



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA.

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE SERVICIOS PARA MASCOTAS, EN LA
CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA.

AUTORA:

Gabriela E. Guanochanga P.

DIRECTORA:

Ing. Ligia Beltrán

IBARRA, MAYO 2015

Resumen Ejecutivo

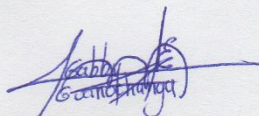
El presente proyecto tiene como finalidad determinar la factibilidad de crear una microempresa de servicios para mascotas caninas, en la ciudad de Ibarra, ofreciendo servicios como peluquería y guardería, además se desea fortalecer las campañas de adopción de mascotas. Para lograr esto se necesitará de equipo adecuado y personal capacitado que ayude a cumplir los propósitos. El diagnóstico situacional del cantón Ibarra permitió establecer la situación actual de los habitantes y además saber si se posee aliados y oportunidades. El marco teórico ayudó a fortalecer los conocimientos teóricos que se necesitan para aplicar en el proyecto, además con el estudio de mercado se pudo determinar que la microempresa es viable, ya que las personas de la ciudad de Ibarra están de acuerdo con demandar servicios de cuidado personalizado para sus mascotas, esto se lo consiguió a través de la aplicación de las encuestas a las cabezas de familias de la ciudad de Ibarra. En relación a la ubicación de la microempresa se determinó que el lugar más idóneo es el centro de la ciudad, debido a que es un nicho de mercado. Al establecer la ingeniería del proyecto se pudo determinar la propiedad, planta y equipo, que se necesita para que el proyecto se ponga en marcha, así también se estableció la capacidad que se posee para atender a las mascotas. Se estableció las ventas necesarias, para poder cumplir todos los costos y gastos, una razonable utilidad y por medio de los indicadores financieros son favorables, lo que indica que si es factible. Al aplicar el estudio organizacional del proyecto se identificó claramente los aspectos legales a los cuales está regido, como tiene que funcionar y también se establece la misión, visión, objetivos y políticas que desea alcanzar, como también la estructura organizacional que describe cada una de las funciones del personal y cuáles deben ser sus actitudes y habilidades a realizar en la microempresa. El presente proyecto tendrá un impacto positivo ya que el servicio de guardería para mascotas actualmente en la ciudad no existe, y se le dará un valor agregado ya que se ofrecerá el servicio de peluquería con estilos personalizados de acuerdo a la demanda del cliente.

Executive Summary

This research has the objective of determining the feasibility to create a canine pet services micro enterprise in the City of Ibarra. The services to be offered would be pet grooming and day care; this enterprise would deal with services that would ease pet adoption processes as well. In order to achieve those objectives the site would require proper personnel trained in this specialty. Ibarra's territorial location allowed to establish the actual situation of its people and to find out if it needed to have allies and opportunities. The theoretical framework helped strengthen the theoretical knowledge needed to be applied to this study, furthermore, the marketing research done probed that this type of small business is dependable since people in this city agree with the demand to increase pet personalized care. According to the results of surveys conducted to heads of families at the city of Ibarra showed. As far as the micro enterprise location is concerned, it was determined that the most suitable place is at the city's downtown due to the market's convenience. As the project's engineering, property, machinery, fixtures and equipment required to start the business, and proper management of pets were considered. Through financial indicators, sales associated with utilities, cost and expenses were studied, and they turned out to be favorable, which indicates feasibility. When the organizational study of this project was applied, it identified clearly the legal aspects which it must comply with, how it must work and how its mission and vision must be established, as well as what objectives and policies it wishes to reach. An organizational chart that describes each employee's function and what their attitudes should be towards the business and the abilities they should perform were also determined. This project will have a positive impact since a pet daycare service in this city does not exist, and it would have an added value by offering grooming services including personalized styles according to the client demand.

Autoría

Yo Gabriela Elizabeth Guanochanga Peralta portadora de la cedula de ciudadanía Nro. 100307343-2 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS PARA MASCOTAS, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA", que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Gabriela Elizabeth Guanochanga Peralta

C.I 100307343-2

Certificación de la Directora.

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **GABRIELA ELIZABETH GUANOCHANGA PERALTA**, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría; C.P.A., cuyo tema es **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS PARA MASCOTAS, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de tribunal examinador que se designe.

Dado, en la ciudad de Ibarra a los **18** días del mes de **Mayo** del **2015**

Ing. Ligia Beltrán

Directora

Universidad Técnica del Norte
Biblioteca Universitaria
Autorización de uso y publicación
a favor de la Universidad Técnica del Norte

1. Identificación de la Obra

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

Datos de Contacto	
Cédula de Ciudadanía:	100307343 - 2
Apellidos y Nombres:	Gabriela Guanochanga
Dirección:	El Priorato
Email:	gabby_eliza@yahoo.com
Teléfono:	0989425347

Datos de la Obra	
Título	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios para mascotas, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
Autora	Gabriela Guanochanga
Fecha:	18 de mayo 2015
Solo para trabajos de grado	
Programa:	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/>
Título por el que opta:	Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría
Asesora:	Ing. Ligia Beltrán

2. Autorización de Uso a Favor de la Universidad

Yo, Gabriela Guanochanga, con cédula de identidad N° 100307343 - 2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior artículo 144.

3. Constancias

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los **18** días del mes de **Mayo** de **2015**.

La Autora: (Firma).....

Nombre: Gabriela Guanochanga

C.C.: 100307343-2

Aceptación:

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

Universidad Técnica del Norte
Cesión de derechos de autor del Trabajo de Grado
A favor de la Universidad Técnica del Norte

Yo, GABRIELA ELIZABETH GUANOCHANGA PERALTA, con cédula de identidad N° 100307343 - 2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS PARA MASCOTAS, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....

Nombre: Gabriela Guanochanga

Cédula: 100307343 - 2

Ibarra, a los 18 días del mes de Mayo del 2015.

Agradecimiento

A la Universidad Técnica del Norte quien me abrió las puertas para formarme profesionalmente, como también a la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas especialmente a los docentes por brindarme todos sus conocimientos y valores que supieron impartirme e inculcarme para ser una mejor persona y profesional.

Un agradecimiento especial a mi directora la Ing. Ligia Beltrán, quien supo facilitarme sus conocimientos y experiencias que han hecho posible la culminación de mi investigación.

Finalmente, a todas las personas que me brindaron sus consejos y apoyo en esta parte de mi vida ya que con su confianza me dieron la oportunidad de culminar con éxito mi carrera y ser una nueva profesional.

Gabriela G.

Dedicatoria

A Dios, por guiar mi camino y saberme llevar por el bien.

A mis padres, LIUS y GLADYS, por su apoyo incondicional, paciencia, fortaleza y amor, que me han brindado a lo largo de mi vida y han hecho de una pequeña mujer una muy fuerte y capaz de enfrentar los problemas que se me presenten.

A mi esposo MARCELO e hijas MARELY y DANNA por ayudarme a vencer todos los obstáculos que se me presentaron y por darme ese apoyo incondicional que hicieron posible que concluya con éxito esta etapa de mi vida.

A ustedes les dedico este gran esfuerzo ya que siempre están conmigo y son lo más importante y valioso que hoy poseo.

Gabriela G.

Índice de Contenidos

Resumen Ejecutivo	ii
Executive Summary	iii
Autoría	iv
Certificación de la Directora	v
Autorización de uso y publicación	vi
Cesión de derechos de autor del Trabajo de Grado	viii
Agradecimiento	ix
Dedicatoria	x
Índice de Contenidos	xi
Índice de Anexos	xvi
Índice de Cuadros	xviii
Índice de Gráficos	xix
Índice de Tablas	xx
Índice de Ilustraciones	xxii
Índice de Fotos	xxii
Introducción	xxiii
CAPITULO I	27
1. Diagnóstico Situacional	27
1.1. Antecedentes del diagnóstico	27
1.2. Objetivos del diagnóstico	29
1.2.1. Objetivo general	29
1.2.2. Objetivos específicos	29
1.3. Variables diagnósticas	29
1.4. Indicadores	30
1.4.1. Antecedentes históricos	30
1.4.2. Situación política y demográfica	30
1.4.3. Normativa legal	30
1.4.4. Factores culturales	30
1.5. Matriz de relación diagnóstica	31
1.6. Análisis de la información	32
1.6.1. Antecedentes históricos	32
1.6.1.1. Reseña histórica	32
1.6.2. Situación política y demográfica	33
1.6.2.1. División política	33
1.6.2.2. Situación demográfica	34
1.6.2.3. Clima	35
1.6.2.4. Educación	35
1.6.2.5. Vivienda	37
1.6.3. Normativa legal	37

1.6.4.	Aspectos culturales Gustos y preferencias	38
1.6.4.1.	Encuesta a la población	40
1.7.	Resultados del diagnóstico	45
1.7.1.	Determinación de aliados, oponentes, oportunidades, riesgos...	45
1.8.	Análisis del diagnóstico	45
CAPITULO II		47
2.	Marco Teórico	47
2.1.	Empresa.....	47
2.1.1.	Definición	47
2.1.2.	Objetivo.....	47
2.1.3.	Clasificación de las empresas	48
2.1.4.	Objetivos de la microempresa	49
2.2.	Microempresas de servicios.....	49
2.2.1.	Servicio	49
2.2.2.	Calidad de servicio	50
2.2.3.	Características de un servicio	51
2.2.4.	Ciclo de vida de un servicio	51
2.2.5.	Fases del ciclo de vida de un servicio	52
2.3.	Servicios de mascotas	53
2.3.1.	Mascota	53
2.3.2.	Principales cuidados de un perro.....	53
2.3.3.	Razas.....	54
2.3.4.	Servicios	57
2.3.5.	Interpretación de todos los servicios.....	59
2.4.	Estudio de mercado	59
2.4.1.	Definición	59
2.4.2.	Precio.....	59
2.4.3.	Plaza.....	60
2.4.4.	Comunicación	60
2.4.5.	Demanda	61
2.4.6.	Oferta.....	61
2.5.	Estudio técnico.....	61
2.5.1.	Macro localización	61
2.5.2.	Micro localización	62
2.6.	Contabilidad	62
2.6.1.	Objetivo.....	62
2.6.2.	Contabilidad de costos.....	63
2.6.3.	Costo fijo	63
2.6.4.	Costo variable.....	64
2.7.	Estados financieros.....	64
2.7.1.	Estado de situación financiera	64
2.7.2.	Estado de resultados	65

2.7.3.	Estado de flujo de efectivo	65
2.7.4.	Explicación de estados financieros:	65
2.7.5.	Valor actual neto (VAN)	66
2.7.6.	Tasa interna de retorno (TIR)	66
CAPITULO III		67
3.	Estudio de Mercado	67
3.1.	Introducción	67
3.2.	Objetivo del estudio de mercado.....	67
3.2.1.	Objetivo general.....	67
3.2.2.	Objetivos específicos	68
3.3.	Mecánica operativa	68
3.3.1.	Identificación del servicio	68
3.3.1.1.	Servicios de peluquería:	68
3.3.1.2.	Guardería canina.....	69
3.3.1.3.	Área de adopción:	70
3.3.2.	Logotipo de la empresa	71
3.3.3.	Logotipo de servicios	72
3.3.4.	Segmentación del mercado	72
3.3.5.	Mercado meta.....	73
3.3.6.	Identificación de la población.....	73
3.3.7.	Determinación de la muestra	75
3.3.8.	Análisis de la información	76
3.3.8.1.	Encuesta a las cabezas de familia	76
3.4.	Entrevista dirigida al Ing. Claudio Vaca.....	94
3.5.	Demanda del servicio.....	96
3.5.1.	Demanda por Razas.....	97
3.5.2.	Proyección de la demanda	98
3.6.	Análisis de la oferta.....	99
3.7.	Balance oferta y demanda	100
3.8.	Análisis de la competencia.....	100
3.9.	Estrategias de comercialización.....	105
3.9.1.	Servicio	105
3.9.2.	Precio.....	105
3.9.3.	Plaza.....	106
3.9.4.	Promoción.....	107
3.9.4.1.	Medios de comunicación	107
CAPÍTULO IV.....		109
4.	Estudio Técnico	109
4.1.	Localización del proyecto	109
4.1.1.	Macro localización	109
4.1.2.	Micro localización	110
4.1.2.1.	Ponderación de la microlocalización	112

4.2. Tamaño del proyecto	114
4.2.1. Factores que afectan el tamaño	114
4.2.2. Determinación de la capacidad del proyecto	114
4.2.2.1. Disponibilidad de recursos financieros	115
4.2.2.2. Fijación de la capacidad	115
4.3. Ingeniería del proyecto.....	115
4.3.1. Requerimiento de infraestructura.....	117
4.3.2. Flujo de procesos	119
4.3.2.1. Proceso general	120
4.3.2.2. Flujograma de limpieza y peluquería.....	122
4.3.2.3. Flujograma de guardería	124
4.3.2.4. Flujograma de adopción	126
4.3.2.5. Proceso veterinario.....	127
4.3.3. Presupuesto técnico	127
4.3.3.1. Propiedad, planta y equipo.....	127
4.3.3.2. Gasto constitución	129
4.3.4. Talento humano	129
4.3.4.1. Capital de trabajo	130
4.3.5. Financiamiento	133
4.3.6. Inversión del proyecto.....	134
CAPÍTULO V.....	135
5. Estudio Económico Financiero	135
5.1. Ingresos	135
5.2. Egresos.....	135
5.2.1. Costos del servicio.....	135
5.2.1.1 Implementos de aseo	135
5.2.1.2 Servicios del veterinario y equipamiento del personal.....	137
5.2.1.1. Mano de obra directa.....	138
5.2.1.2. Costos indirectos	139
5.2.1.3. Resumen de los costos	140
5.2.2. Gastos administrativos.....	140
5.2.2.1. Sueldos del área administrativa.....	140
5.2.2.2. Gastos generales de administración	141
5.2.2.3. Gastos de materiales de oficina	141
5.2.2.4. Resumen de los gastos administrativos	142
5.2.3. Gastos de ventas.....	142
5.3. Tabla de amortización.....	142
5.4. Depreciaciones	143
5.5. Resumen de egresos proyectados.....	144
5.6. Estado de resultados	144
5.7. Flujo de caja.....	145
5.8. Estado de situación financiera	145

5.9. Estudio financiero.....	146
5.9.1. Costo de oportunidad.....	146
5.9.2. Valor actual neto (VAN)	147
5.9.3. Tasa interna de retorno (TIR)	147
5.9.4. Costo beneficio	149
5.9.5. Relación ingresos egresos.....	149
5.9.6. Punto de equilibrio	150
5.9.7. Periodo de recuperación de la inversión.....	151
CAPÍTULO VI.....	153
6. Estructura Organizacional de la Microempresa.....	153
6.1. Aspecto legal.....	153
6.1.1. Características básicas:.....	153
6.1.2. Responsabilidad:	153
6.2. Normativa tributaria.....	154
6.2.1. Registro único de contribuyentes.....	154
6.2.2. Patente municipal	154
6.2.2.1. Certificado de uso de suelo	155
6.2.3. Permiso sanitario de funcionamiento	155
6.2.3.1. Certificados de salud para propietario y trabajadores	155
6.2.4. Permiso de bomberos.....	155
6.3. Nombre de la empresa.....	156
6.3.1. Misión	156
6.3.2. Visión.....	157
6.4. Valores.....	157
6.5. Objetivos	158
6.6. Políticas empresariales	158
6.7. Estructura orgánica	159
6.7.1. Niveles de la organización	160
6.7.2. Organigrama estructural de la empresa “Burbujitas Caninas” ..	160
6.7.3. Políticas por cada área	161
6.7.4. Descripción de puestos y funciones	163
CAPÍTULO VII.....	169
7. Evaluación de Impactos	169
7.1. Impacto socioeconómico.....	170
7.2. Impacto ambiental.....	171
7.3. Impacto comercial	172
7.4. Impacto educativo	173
7.5. Matriz general de impactos	174
Conclusiones	175
Recomendaciones:	176
Bibliografía	177
Lincografía	178
Anexos.....	181

Índice de Anexos

Anexo 1. Entrevista a un profesional	182
Anexo 2. Tasas de interés activa	184
Anexo 3. Tasa pasiva	184
Anexo 4. Tasa efectiva máxima	184
Anexo 5. Ficha de registro	185
Anexo 6. Fichas de adopción.....	186
Anexo 7. Ficha de observación para determinar la Competencia.....	187
Anexo 8. Ficha de observación del local Skylaky	187
Anexo 9. Ficha de observación del local Mundo Canino	187
Anexo 10. Ficha de observación del local Mundo Animal.....	188
Anexo 11. Ficha de observación del local Pet Shop Picapiedra	188
Anexo 12. Ficha de observación del local Fashion Canes	189
Anexo 13. Ficha de observación del local Perro Manía	189
Anexo 14. Ficha de observación del local Guau	189
Anexo 15. Venta de perros	190
Anexo 16. Ficha de observación del local Skylaky	190
Anexo 17. Ficha de observación del local Mundo Canino	190
Anexo 18. Ficha de observación del local Mundo Animal.....	190
Anexo 19. Ficha de observación del local Pet Shop Picapiedra	191
Anexo 20. Ficha de observación del local Fashion Canes	191
Anexo 21. Ficha de observación del local Perro Manía	191
Anexo 22. Ficha de observación del local Guau	192
Anexo 23. Ficha de observación precios propiedad, planta y equipo	193
Anexo 24. Muebles archivador.....	193
Anexo 25. Silla contador	194
Anexo 26. Sillas	195
Anexo 27. Modular.....	196
Anexo 28. Mesa de peluquería	197
Anexo 29. Tina de baño.....	198
Anexo 30. Mesa de Recepción de mascotas	199

Anexo 31. Equipo de cómputo	200
Anexo 32. Caja Registradora	201
Anexo 33. Juegos de cepillos	202
Anexo 34. Collares y correas de mascotas.....	203
Anexo 35. Sopladora Secadora Profesional Peluquería Canina.....	204
Anexo 36. Juego de limpieza	205
Anexo 37. Shampoo mascotas perros y gatos marca DG	206
Anexo 38. Máquina para cortar el pelo	207
Anexo 39. Toallas profesionales ultra absorción.....	208
Anexo 40. Platos con dispensador.....	209
Anexo 41. Cubre bocas	210
Anexo 42. Guantes	211
Anexo 43. Delantal.....	212
Anexo 44. Botas de caucho	213
Anexo 45. Equipo de aseo (escobas, Trapeador, basurero, recogedor)	214
Anexo 46. Materiales de aseo (Detergente, Desinfectante, Cloro)	215
Anexo 47. Lavadora.....	216
Anexo 48. Juego de papelería (Perforadora, papelera, grapadora).....	217
Anexo 49. Camas cunas.....	218
Anexo 50. Ordenanza para la tenencia de perros.....	219
Anexo 51. Paquete del teléfono	220
Anexo 52. Encuesta del estudio de mercado.....	221
Anexo 53. Proforma de adecuaciones	224
Anexo 54. Encuesta del diagnóstico	225

Índice de Cuadros

Cuadro N° 1. Venta de perros en la ciudad de Ibarra	28
Cuadro N° 2. División Política	34
Cuadro N° 3. Población en quintiles	34
Cuadro N° 4. Cantidad de familias.....	35
Cuadro N° 5. Nivel de alfabetismo	35
Cuadro N° 6. Nivel educativo	36
Cuadro N° 7. Existen los servicios básicos Población de bajos recursos y altos recursos.....	36
Cuadro N° 8. Cantidad de viviendas por sector	37
Cuadro N° 9. Tipos de vivienda	37
Cuadro N° 10. Número de Familias de la ciudad de Ibarra.....	38
Cuadro N° 11. Población de la ciudad de Ibarra, proyectado al año 2013	39
Cuadro N° 12. Cultura de cuidado	40
Cuadro N° 13. Gusto por cuidar a un perro.....	41
Cuadro N° 14. Mascotas que existieron antes en una familia	42
Cuadro N° 15. Presupuesto para mascotas.....	43
Cuadro N° 16. Preferencia por acudir a la microempresa.....	44
Cuadro N° 17. MATRIZ AOOR	45
Cuadro N° 18. Tamaño por ventas o número de empleados	48
Cuadro N° 19: Razas	54
Cuadro N° 20. Proceso de peluquería	57
Cuadro N° 21. Determinación del mercado meta.....	73
Cuadro N° 22. Número de Familias de la ciudad de Ibarra.....	74
Cuadro N° 23. Población de la ciudad de Ibarra con mascotas	74
Cuadro N° 24. Demanda del servicio	97
Cuadro N° 25. Demanda por raza.....	97
Cuadro N° 26. Proyección de la Demanda	98
Cuadro N° 27. Proyección de la Demanda por tamaño	98
Cuadro N° 28. Oferta actual.....	99
Cuadro N° 29. Proyección de la oferta.....	99
Cuadro N° 30. Demanda a satisfacer	100
Cuadro N° 31. Precio promocional.....	106

Índice de Gráficos

Gráfico N° 1. Cultura de cuidado	40
Gráfico N° 2. Gusto por cuidar a un perro	41
Gráfico N° 3. Mascotas que existieron antes en una familia	42
Gráfico N° 4. Presupuesto para mascotas	43
Gráfico N° 5. Preferencia por acudir a la microempresa	44
Gráfico N° 6. Cantidad de perros	76
Gráfico N° 7. Raza de la mascota	77
Gráfico N° 8. Utilización de servicios de mascota	78
Gráfico N° 9. Cantidad de centros de mascota	79
Gráfico N° 10. Frecuencia que acude por servicios	80
Gráfico N° 11. Calidad de los servicios existentes	81
Gráfico N° 12. Precio razonables por sus servicios	82
Gráfico N° 13. Recursos económicos a gastar en la mascota	83
Gráfico N° 14. Servicios que desean	84
Gráfico N° 15. Aceptación de la nueva unidad productiva	85
Gráfico N° 16. Medio de comunicación que más utilizan	86
Gráfico N° 17. Precio del servicio de peluquería para perros	87
Gráfico N° 18. Precio de los servicios	88
Gráfico N° 19. Promociones en sus servicios	89
Gráfico N° 20. Nombre de la empresa	90
Gráfico N° 21. Edad	91
Gráfico N° 22. Género	92
Gráfico N° 23. Ocupación	93

Índice de Tablas

Tabla Nº 1. Cantidad de perros.....	76
Tabla Nº 2. Raza de la mascota	77
Tabla Nº 3. Utilización de servicios de mascota	78
Tabla Nº 4. Cantidad de centros de mascota.....	79
Tabla Nº 5. Frecuencia que acude por servicios.....	80
Tabla Nº 6. Calidad de los servicios existentes	81
Tabla Nº 7. Precio razonables por sus servicios.....	82
Tabla Nº 8. Recursos económicos a gastar en la mascota.....	83
Tabla Nº 9. Servicios que desean	84
Tabla Nº 10. Aceptación de la nueva unidad productiva.....	85
Tabla Nº 11. Medio de comunicación que más utilizan.....	86
Tabla Nº 12. Costo del servicio de peluquería para perro.....	87
Tabla Nº 13. Precio de los servicios	88
Tabla Nº 14. Promociones en sus servicios.....	89
Tabla Nº 15. Nombre de la empresa.....	90
Tabla Nº 16. Edad.....	91
Tabla Nº 17. Género	92
Tabla Nº 18. Ocupación.....	93
Tabla Nº 19. Demanda.....	98
Tabla Nº 20. Precio de la peluquería	106
Tabla Nº 21. Precio de la guardería.....	106
Tabla Nº 22. Ponderación para la localización.....	112
Tabla Nº 23. Tamaño del proyecto	114
Tabla Nº 24. Capacidad del proyecto	114
Tabla Nº 25. Distribución de cada área	119
Tabla Nº 26. Muebles de Administración	127
Tabla Nº 27. Equipos	128
Tabla Nº 28. Equipo tecnológico.....	128
Tabla Nº 29. Propiedad planta y equipo	129
Tabla Nº 30. Gasto constitución.....	129
Tabla Nº 31. Personal necesario para el proyecto.....	129
Tabla Nº 32. Implementos de aseo	130
Tabla Nº 33. Servicios del veterinario y equipamiento del personal	130
Tabla Nº 34. Costo de mano de obra directa mensual	131
Tabla Nº 35. Costo de mano de obra directa anual	131
Tabla Nº 36. Costo de mano de obra directa con beneficios	131
Tabla Nº 37. Costos indirectos.....	131
Tabla Nº 38. Gastos por sueldo mensual del área administrativa.....	131
Tabla Nº 39. Gastos por sueldo anual del área administrativa	132
Tabla Nº 40. Gasto del personal administrativo con aportes al IESS	132
Tabla Nº 41. Gastos generales	132
Tabla Nº 42. Gastos en materiales de oficina	132
Tabla Nº 43. Gastos de ventas	132
Tabla Nº 44. Gasto de financiero	133
Tabla Nº 45. Capital de Trabajo.....	133

Tabla N° 46. Financiamiento.....	133
Tabla N° 47. Inversión del proyecto	134
Tabla N° 48. Ventas proyectadas	135
Tabla N° 49. Implemento de aseo.....	136
Tabla N° 50. Servicios del veterinario y equipamiento del personal	137
Tabla N° 51. Tasa de crecimiento en el mercado laboral.....	138
Tabla N° 52. Costo de mano de obra directa mensual	138
Tabla N° 53. Costo de mano de obra directa anual	139
Tabla N° 54. Costo de mano de obra directa con beneficios	139
Tabla N° 55. Costos indirectos.....	139
Tabla N° 56. Resumen de los costos del servicio	140
Tabla N° 57. Gastos por sueldo mensual del área administrativa.....	140
Tabla N° 58. Gastos por sueldo anual del área administrativa	140
Tabla N° 59. Gasto del personal administrativo con aporte al IESS	141
Tabla N° 60. Gastos generales	141
Tabla N° 61. Gastos en materiales de oficina	141
Tabla N° 62. Resumen de gastos administrativos	142
Tabla N° 63. Gastos de ventas	142
Tabla N° 64. Datos para el cálculo de la tabla de amortización	142
Tabla N° 65. Tabla de amortización consolidada o anual	143
Tabla N° 66. Datos para depreciar.....	143
Tabla N° 67. Depreciación	143
Tabla N° 68. Resumen de egresos proyectados.....	144
Tabla N° 69. Estado de resultados	144
Tabla N° 70. Flujo de caja.....	145
Tabla N° 71. Estado de situación financiera	145
Tabla N° 72. Costo de oportunidad.....	146
Tabla N° 73. Valor Actual Neto VAN.....	147
Tabla N° 74. VAN Inferior.....	147
Tabla N° 75. VAN Superior	148
Tabla N° 76. Datos para calcular la TIR.....	148
Tabla N° 77. Costo beneficio	149
Tabla N° 78. Relación ingresos egresos	149
Tabla N° 79. Punto de equilibrio	150
Tabla N° 80. Datos para calcular el periodo de recuperación	151
Tabla N° 81. Matriz de Valoración	169
Tabla N° 82. Matriz de Impacto Socioeconómico	170
Tabla N° 83. MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL	171
Tabla N° 84. Matriz de Impacto Comercial.....	172
Tabla N° 85. Matriz de Impacto Educativo	173
Tabla N° 86. Matriz General de Impactos	174

Índice de Ilustraciones

Ilustración N° 1. Cantón Ibarra.....	33
Ilustración N° 2. Satisfacción del cliente	50
Ilustración N° 3. Estilos de cortes	69
Ilustración N° 4. Áreas del negocio	70
Ilustración N° 5. Adopción.....	71
Ilustración N° 6. Logotipo de la microempresa.....	71
Ilustración N° 7. Logotipo de servicios	72
Ilustración N° 8. Continente	109
Ilustración N° 9. Mapa del Ecuador.....	110
Ilustración N° 10. Provincia de Imbabura	110
Ilustración N° 11. Cantón Ibarra.....	111
Ilustración N° 12. Ciudad de Ibarra	111
Ilustración N° 13. Localización de la unidad productiva	112
Ilustración N° 14. Repartición del local arrendado	117
Ilustración N° 15. Segundo Piso	118
Ilustración N° 16. Símbolos.....	119
Ilustración N° 17. Flujograma de procesos	120
Ilustración N° 18. Limpieza	122
Ilustración N° 19. Guardería.....	124
Ilustración N° 20. Flujograma de adopción	126
Ilustración N° 21. Organigrama Estructural de la Empresa.....	161

Índice de Fotos

Foto N° 1. Fashion Canes.....	100
Foto N° 2. Skylaky	101
Foto N° 3. Guau	102
Foto N° 4. Mundo Canino.....	102
Foto N° 5. Mundo Animal	103
Foto N° 6. Pet Shop Picapiedra	103
Foto N° 7. Perro Manía	104
Foto N° 8. Local	115

Introducción

Ibarra es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador, es conocida como la capital de la provincia de los lagos y por su frase “ciudad a la que siempre se vuelve”, en la que cohabitan variedad de culturas que la enriquecen y la hacen única. Cuenta con una fantástica naturaleza, ya que tiene un clima seco templado con una temperatura promedio de 18°C, y con su gente amable. Ibarra tiene más de cuatrocientos años de historia, es la capital de la provincia de Imbabura (Ecuador), siendo ésta el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Esta ciudad hoy cuenta con 181175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres. Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

Actualmente la población se dedica a prestar servicios en diferentes campos por lo que se generan empresas que proporcionan servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes, dando beneficios económicos a la ciudad y a sus habitantes, para esta actividad la población toma en cuenta el mercado potencial que tiene Ibarra para formar un núcleo económico más grande.

Por esta razón existen muchos emprendimientos que generan fuentes de empleo, entre ellos encontramos los almacenes que prestan servicios para la atención de las mascotas, los mismos que se crearon para alcanzar un nicho de mercado, debido a esta oportunidad se crean negocios con espacios limitados, poco cómodos y con conocimientos no muy claros, lo que generan una insatisfacción en la atención al cliente.

El problema principal se crea por las necesidades que poseen los emprendedores de generar una nueva propuesta de solución al mercado, conociendo la escasez, dando como consecuencia una falta de interés y cuidado hacia las mascotas, es decir, perdiendo el objetivo por el cual se está creando el negocio; para contrarrestar estos inconvenientes se decidió realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios para mascotas, el cual estará enfocado a brindar una atención agradable y de calidad a estos seres, prestando servicios como: peluquería, guardería y adopción de mascotas caninas.

En caso que no se llegará a contrarrestar este tipo de problema en los almacenes actuales de la ciudad de Ibarra, seguirán con la misma forma de atención y no buscarán soluciones, también se seguirán creando lugares con las mismas características y no promoverán la defensa y protección de los animales, ya que son locales que buscan solo el rendimiento económico.

A pesar de que este proyecto puede ser una solución al problema descrito anteriormente, se lo determina como una oportunidad, ya que se generará fuentes de empleo, se atenderá y protegerá a las mascotas, también se contribuirá a la economía de la ciudad cumpliendo con todas las obligaciones legales en que incurra la empresa.

Justificación

La importancia por el cual se crea este proyecto es para promover el bienestar físico y mental en las mascotas (perros), también para mejorar la atención, que sea de calidad y que a la vez sea atractivo para el potencial cliente (dueño), formando de esta manera una nueva mentalidad que ayude a incentivar en el cuidado de su mascota.

Este proyecto estará enfocado en el mercado local, debido a que su cobertura cubrirá solo la ciudad de Ibarra, ya que el problema fue establecido en esta área, donde sus usuarios indirectos serán los dueños y las mascotas serán usuarios directos, también se considera beneficiarios directos a las mascotas que se encuentran en las calles, porque la microempresa se enfoca a este segmento de mercado.

El proyecto es viable realizarse debido a que existe una política que lo respalda encontrada en el Plan del Buen Vivir, la Ley Orgánica de la Salud, la Ordenanza Municipal de Tenencia y Manejo animal, las cuales manifiesta que es obligación de los propietarios de animales vacunarlos contra la rabia y otras enfermedades, como también velar por los cuidados y bienestar de dicho animal.

Objetivos

Objetivo General

Comprobar la factibilidad para la creación de una microempresa de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra.

Objetivos Específicos

Realizar un diagnóstico situacional que permita conocer los diferentes factores que influyen en el sector de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para establecer la viabilidad del estudio.

Establecer las bases teórico – científico, que sustente la factibilidad para la creación de la microempresa.

Realizar un estudio de mercado para determinar la aceptación y poder establecer la demanda, oferta, precio y plaza de la microempresa de servicios para mascotas.

Efectuar un estudio técnico que permita determinar la adecuada localización y tamaño del proyecto.

Determinar la escala del proyecto, que permita visualizar los costos, inversiones y financiamiento que genera su ejecución.

Elaborar la base legal, organizativa y administrativa del proyecto, que permita manejar el proceso del servicio.

Analizar los impactos que genera el proyecto en sus distintos ámbitos como el socio-económico, comercial, ambiental, ético.

CAPITULO I

1. Diagnóstico Situacional

1.1. Antecedentes del diagnóstico

Ibarra, es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador, es conocida como la capital de la provincia de los lagos, en la que cohabitan variedad de culturas que la enriquecen y la hacen única. Cuenta con una fantástica naturaleza, ya que tiene un clima seco templado con una temperatura promedio de 18°C, y con su gente amable. Ibarra tiene más de cuatrocientos años de historia, es la capital de la provincia de Imbabura (Ecuador), siendo esta el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Esta ciudad hoy cuenta con 181175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres. Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato. Fuente (Municipio de Ibarra, 2014).

En la actualidad, los establecimientos de protección animal están creciendo y abarcando más mercado, debido a que la cultura de protección y bienestar animal es lo primordial por parte del municipio en la actualidad.

Los perros han sido introducidos y adaptados por los seres humanos, los mismos que han proporcionado muchos beneficios como son los animales de trabajo, los de terapia, guía y sobretodo como compañeros y debido a esta razón las familias ibarreñas optan por tener una mascota.

Cuadro N° 1. Venta de perros en la ciudad de Ibarra

Empresas aliadas	Venta de perros anuales
Mundo Canino	60
Mundo Animal	180
Pet Shop Picapiedra	180
Perro Manía	180
Total	600

Fuente: Ficha de observación (Anexo 15)

Elaborado por: La Autora

Las personas tienden a comprar un perro cuando existe una nueva familia o cuando fallece por que el anterior perro ya estaba mayor, al año se compran 600 perros, aproximadamente.

En la ciudad existen locales que brindan servicios para todo tipo de mascota, los cuales se limitan a prestar el servicio, sin concientizar a las personas, del cuidado que requieren dichas mascotas; por lo tanto se necesita de una microempresa que brinde servicios claros, especializado en la atención a perros de algunas razas, para el cuidado y limpieza integral del animalito.

Actualmente el sector microempresarial, se ha incrementado en este sector, así indica el censo del 2010, que el 58% de la población se dedica a la prestación de servicios y el comercio, por lo cual la nueva unidad de servicios debe ser más competitiva con el fin de penetrar en el mercado; dando lugar a la oportunidad de crear un nuevo negocio, que busque un mejor servicio y atención al cliente.

Por esta razón, se hace necesaria la creación de la microempresa que brinde servicios de atención para los perros, promoviendo de esta manera el cuidado y bienestar de los animales, ya que estos seres ayudan al ser humano, en diferentes formas tales como: siendo compañía, cuidando la vivienda del amo, lealtad, entre otros.

Para poner en marcha la microempresa se toma en cuenta al centro de la ciudad la cual es un lugar óptimo en la ciudad de Ibarra, debido a que existe espacio físico adecuado para este tipo de negocios.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional que permita conocer los diferentes factores que influyen en el sector de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para establecer la viabilidad del estudio.

1.2.2. Objetivos específicos

Establecer los antecedentes históricos de Ibarra.

Determinar la situación demográfica de la ciudad de Ibarra.

Identificar los aspectos normativos legales para implantar este tipo de microempresa.

Indagar sobre los factores culturales, gustos y preferencias en los habitantes de la ciudad de Ibarra con el cuidado de las mascotas caninas.

1.3. Variables diagnósticas

Una vez establecidos los objetivos del diagnóstico, se han identificado las siguientes variables:

Antecedentes Históricos

Situación Demográfica

Normativa legal

Factores culturales

1.4. Indicadores

1.4.1. Antecedentes históricos

- Reseña Histórica

1.4.2. Situación política y demográfica

- División Política
- Población
- Clima
- Educación
- Vivienda

1.4.3. Normativa legal

- La Constitución del Ecuador
- Plan Nacional del Buen Vivir
- Ordenanzas
- Instituciones Públicas

1.4.4. Factores culturales

- Cultura
- Gustos
- Preferencias

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Objetivo	Variable	Indicadores	Fuentes	Técnica	Fuentes de Información
Establecer los antecedentes históricos de Ibarra.	Antecedentes Históricos	Reseña Histórica	Secundaria	Documental	GAD Ibarra
Determinar la situación política y demográfica de la ciudad de Ibarra	Situación política y Demográfica	División Política	Secundaria	Bibliográfica - Documental	INEC
		Población			
		Clima			
		Educación			
		Vivienda			
Identificar los aspectos normativos legales para implantar este tipo de microempresa.	Normativa Legal	La Constitución del Ecuador	Secundaria y Primaria	Documental y Observación	Documentos Oficiales e Instituciones Públicas (Proceso)
		Plan Nacional del Buen Vivir			
		Ordenanzas			
		Instituciones Públicas			
Indagar sobre los factores culturales, gustos y preferencias en los habitantes de la ciudad de Ibarra con el cuidado de las mascotas caninas.	Factores culturales	Cultura	Primaria	Encuesta	Población de Ibarra
		Gustos			
		Preferencia			

1.6. Análisis de la información

1.6.1. Antecedentes históricos

1.6.1.1. Reseña histórica

El 28 de septiembre de 1606 el Capitán de Troya, Juez Poblador, funda la villa de San Miguel de Ibarra, en el valle de Carangue. La ciudad se instala en los terrenos de la propiedad de Don Antonio Cordero y Juana Atabalipa. El modelo administrativo de la villa de San Miguel de Ibarra fue copia del modelo español, según lo confirman los antecedentes históricos de los municipios ecuatorianos.

Al sufrir Ibarra un terremoto en 1868, la ciudad queda en ruinas y sin posibilidad de habitarla y fallecieron cerca de 20.000 personas. Toda la comunidad se traslada al sector de la Esperanza por el temor de nuevos movimientos telúricos. Gabriel García Moreno, fue el reconstructor de la nueva ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia. Luego de cuatro años en aquel sector, quienes añoraban la ciudad y que estaba en proceso de reconstrucción retornan a su terruño. Así llegó el 28 de abril de 1872 cuando en sesión solemne queda reinstalada definitivamente la ciudad. Se repartieron las parcelas para la construcción del edificio del cabildo, sitio en que funciona actualmente el patrimonio histórico, junto al nuevo edificio del municipio que fuera terminado en 1992. (Morales J., 2013)

1.6.2. Situación política y demográfica

1.6.2.1. División política

Ilustración N° 1. Cantón Ibarra



El estudio se lo va a realizar en el Ecuador, Zona 1 del norte de país, localizado en la provincia de Imbabura, cantón de Ibarra, sector urbano de la urbe.

La división política se compone de 5 parroquias urbanas y 7 parroquias rurales, lo cual se expone en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 2. División Política

Parroquias Urbanas Ibarra	Km²	%
San Francisco	10,29	0,247
La Dolorosa del Priorato	9,47	0,227
Caranqui	6,53	0,157
El Sagrario	10,68	0,256
Alpachaca	4,71	0,113
Total	41,68	1,000
Parroquias Ibarra	Hombres	Mujeres
AMBUQUI	2.707	2.770
ANGOCHAGUA	1.510	1.753
CAROLINA	1.448	1.291
IBARRA	67.165	72.556
LA ESPERANZA	3.686	3.677
LITA	1.788	1.561
SALINAS	887	854
SAN ANTONIO	8.595	8.927
Total	87.786	93.389

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

1.6.2.2. Situación demográfica

a) Población

Cuadro N° 3. Población en quintiles

Grupos de edades	Rural Ibarra	Urbano Ibarra	Total
De 1 a 4 años	721	9.655	10.376
De 5 a 9 años	999	12.691	13.690
De 10 a 14 años	1.055	13.017	14.072
De 15 a 19 años	860	12.539	13.399
De 20 a 24 años	690	11.853	12.543
De 25 a 29 años	566	11.133	11.699
De 30 a 34 años	486	9.807	10.293
De 35 a 39 años	409	9.163	9.572
De 40 a 44 años	308	8.297	8.605
De 45 a 49 años	316	7.504	7.820
De 50 a 54 años	268	5.676	5.944
De 55 a 59 años	258	4.753	5.011
De 60 a 64 años	205	3.905	4.110
De 65 a 69 años	3.200	201	3.401
De 70 a 74 años	2.507	132	2.639
De 75 a 79 años	1.811	116	1.927
De 80 a 84 años	1.269	64	1.333
De 85 a 89 años	676	26	702
De 90 a 94 años	302	19	321
De 95 a 99 años	90	3	93
De 100 años y más	12	1	13
Total	131.856	7.865	139.721

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010

La cantidad de habitantes en el cantón Ibarra asciende a 139.721 en el año 2010

Cuadro N° 4. Cantidad de familias

Año	Familias
2010	37.981

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010

El número de familias es de 37.981, cada familia tiene en promedio 3,67 personas por familia.

1.6.2.3. Clima

La ciudad de San Miguel de Ibarra se encuentra ubicada en la denominada región interandina. El clima es caliente llega a los 35°C y clima frío baja hasta los 4°C. Imbabura cuenta con un agradable clima seco y una temperatura promedio anual que oscila alrededor de los 18 °C.

En esta región se observan dos estaciones lluviosas de febrero a mayo y de octubre a noviembre, con una primera estación seca muy marcada entre junio y septiembre, y con otra segunda menos acentuada en diciembre enero. Los totales anuales de precipitación fluctúan entre los 700 y 1.500mm generalmente. De igual manera, en las regiones situadas sobre los 3.500m de altura se observan frecuentes neblinas y las lluvias son generalmente de larga duración y débil intensidad.

1.6.2.4. Educación

Cuadro N° 5. Nivel de alfabetismo

SECTOR	ALFABETO	ANALFABETO	Total
URBANO	91.598	2.899	94.497
RURAL	28.863	4.068	32.931
Total	120.461	6.967	127.428

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010

El nivel de alfabetismo en la localidad es del 95% y solo el 5% es analfabeto, lo que se debería bajar este indicador a niveles menores.

Cuadro N° 6. Nivel educativo

NIVEL EDUCATIVO	URBANO	RURAL	Total
Ninguno	2.732	3.823	6.555
Centro de Alfabetización/(EBA)	281	599	880
Preescolar	1.249	445	1.694
Primario	38.603	19.819	58.422
Secundario	28.985	7.991	36.976
Educación Básica	8.343	5.256	13.599
Bachillerato - Educación Media	9.429	2.100	11.529
Ciclo Postbachillerato	1.090	291	1.381
Superior	25.772	2.943	28.715
Postgrado	1.899	132	2.031
Se ignora	1.822	981	2.803
Total	120.205	44.380	164.585

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010

El nivel educativo que tiene mayor número de personas es el primario, en segundo lugar está el secundario, lo que se puede decir que la ciudad tiene bastante personas jóvenes y de un gran recambio generacional.

Cuadro N° 7. Existen los servicios básicos Población de bajos recursos y altos recursos

PARROQUIAS	POBLACIÓN NO POBRES	POBLACIÓN POBRES	Total
Ibarra	999	6.841	7.840
Ambuqui	797	4.654	5.451
Angochagua	255	3.004	3.259
Carolina	111	2.620	2.731
La Esperanza	1.488	5.604	7.092
Lita	332	3.006	3.338
Salinas	812	924	1.736
San Antonio	9.142	8.296	17.438
Total	13.936	34.949	48.885

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010

A pesar que ha disminuido a nivel nacional el índice de pobreza, pero todavía existe un índice muy grande en este lugar del país, el cual asciende a 71,49, lo cual es un dato preocupante, pero para el estudio se tomará a las razas que estén con población no pobre.

1.6.2.5. Vivienda

Cuadro N° 8. Cantidad de viviendas por sector

Cantón	1. Urbana	2. Rural	Total
Ibarra	36.111	12.555	48.666

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010

En el sector urbano existen 36.111 viviendas y en el sector rural son 12.555, por lo tanto da un total de 48.666.

Cuadro N° 9. Tipos de vivienda

TIPO DE VIVIENDA	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	Total
Propia y totalmente pagada	13.428	7.029	20.457
Propia y la está pagando	3.197	477	3.674
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	2.412	1.408	3.820
Prestada o cedida (no pagada)	4.191	2.024	6.215
Por servicios	337	393	730
Arrendada	12.249	1.213	13.462
Anticresis	297	11	308
Total	36.111	12.555	48.666

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010

El tipo de casa con mayor representatividad es la propia y totalmente pagada con un 42%, la vivienda arrendada se encuentra en el segundo lugar, lo que significa que es una actividad rentable.

1.6.3. Normativa legal

(La Constitución del a República del Ecuador , 2008)

Art. 248.- El Estado tiene derecho soberano sobre la diversidad biológica, reservas naturales, áreas protegidas y parques nacionales. Su conservación y utilización sostenible se hará con participación de las poblaciones involucradas cuando fuere del caso y de la iniciativa privada, según los programas, planes y políticas que los

consideren como factores de desarrollo y calidad de vida y de conformidad con los convenios y tratados internacionales.

(Plan Nacional del Buen Vivir, 2013 - 2017)

7.1. Asegurar la promoción, la vigencia y la plena exigibilidad de los derechos de la naturaleza

Promover una cultura biocéntrica de respeto a los derechos de la naturaleza con énfasis en animales en condición de vulnerabilidad, promoviendo el trato humanitario a la fauna urbana y rural, la capacitación y la educación permanente, y la aplicación de mecanismos jurídicos locales y nacionales para su protección.

En la (Ordenanza del Ilustre Municipio de Ibarra, 2012)

(...) las medidas de regulación, protección y tenencia de animales de compañía y mascotas y animales domésticos sean o no propietarios de estos en su convivencia con el ser humano y fijar normas básicas para el control y las obligaciones a las que estarán los propietarios o responsables de su cuidado, en el orden de evitar accidentes, por mordeduras, promover la higiene pública, evitar la transmisión de enfermedades zoonóticas, regular la comercialización indiscriminada promover el control de la producción, (...).

1.6.4. Aspectos culturales Gustos y preferencias

Para determinar la cultura, los gustos y las preferencias de los potenciales cliente de la microempresa se aplicará una encuesta a las familias ibarreñas.

Cuadro N° 10. Número de Familias de la ciudad de Ibarra

Año	Familias
2010	37.981

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC 2010

Cálculo de la población Proyectada a 2013

Pp = Población proyectada

P₀ = Inicial

i = Tasas de crecimiento poblacional 0,00202

n = Número de años a proyectar

$$P_p = P_0(1 + i)^n$$

$$P_p = 37.981(1 + 0.00202)^3$$

$$P_p = 37.981(1.00202)^3$$

$$P_p = 38.212 \text{ Familias}$$

Cuadro N° 11. Población de la ciudad de Ibarra, proyectado al año 2013

Año	Familias
2010	37.981
2011	38.058
2012	38.135
2013	38.212

Elaborado por: La Autora

La población del año 2013 se toma para el cálculo de la muestra, luego de aplicar la encuesta se podrán determinar los gustos y preferencias de las cabezas de familia.

Calculo:

$$n = \frac{N \times \sigma^2 \times Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 \times Z^2}$$

n: Tamaño de la muestra.

N: Universo o población.

Z: Nivel de confiabilidad. Valor obtenido mediante niveles de confianza con el que se va a realizar el tratamiento a las estimaciones, es un valor constante.

σ^2 : Varianza de la población. Corresponde un valor del 0.25.

e: Es el límite aceptable de error que varía del 1 al 9%.

N-1: Es una correlación que se usa para muestras mayores que 30.

$$n = \frac{38.212 \times .05^2 \times 1,96^2}{(38.212 - 1)0,05^2 + .05^2 \times 1,96^2}$$

$$n = 379,64 \cong 380 \text{ Encuestas}$$

Al aplicar la encuesta se necesitaba un requisito, que la familia tenga una mascota canina y se lo hizo por medio de una observación directa.

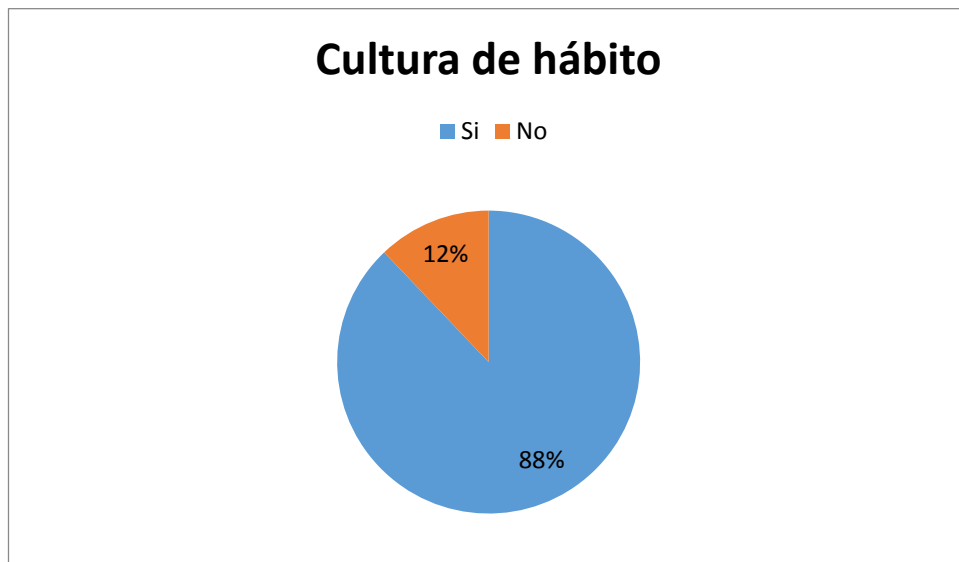
1.6.4.1. Encuesta a la población

a) Posee usted algún hábito de cuidado para su perro

Cuadro N° 12. Cultura de cuidado

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	334	88%
No	46	12%
TOTAL	380	100%

Gráfico N° 1. Cultura de cuidado



Fuente. Diagnóstico situacional.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Las familias ibarreñas en su mayoría poseen un hábito de cuidado para su perro, el mismo que es ejecutado personalmente o busca un servicio especializado en atención canina y de esta manera tener un perro más cuidado.

b) En su familia tienen gusto por cuidar a una mascota canina.

Cuadro N° 13. Gusto por cuidar a un perro

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	228	60%
No	152	40%
TOTAL	380	100%

Gráfico N° 2. Gusto por cuidar a un perro



Fuente. Diagnóstico situacional.
Elaborado por: La Autora

Análisis:

La mayoría de las familias ibarreñas les gusta cuidar a su mascota canina, ya que es un miembro más de la familia y necesita de todas las atenciones para llevar una salud adecuada. Al conocer esta información también nos ayuda a determinar claramente cuáles serán nuestros clientes potenciales, por lo tanto la nueva microempresa se debe dirigir a brindar sus servicios de atención a perros, a este segmento de mercado ya que este es un potencial nicho.

c) En su familia existió mascotas anteriormente

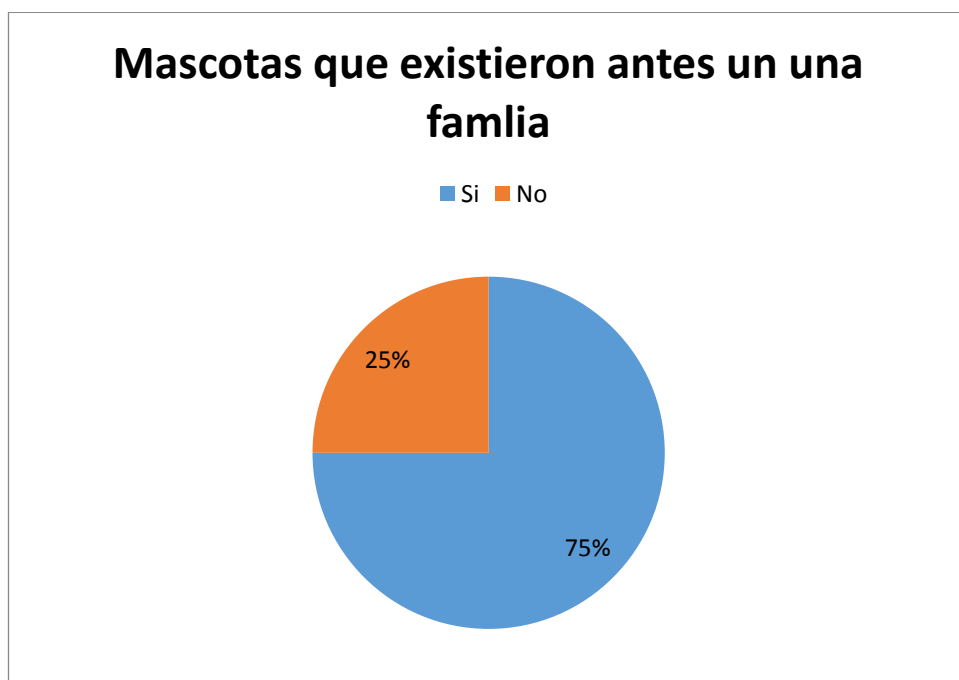
Cuadro N° 14. Mascotas que existieron antes en una familia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	285	75%
No	95	25%
TOTAL	380	100%

Fuente. Cabezas de Familias

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3. Mascotas que existieron antes en una familia



Fuente. Cabezas de Familias

Elaborado por: La Autora

Análisis:

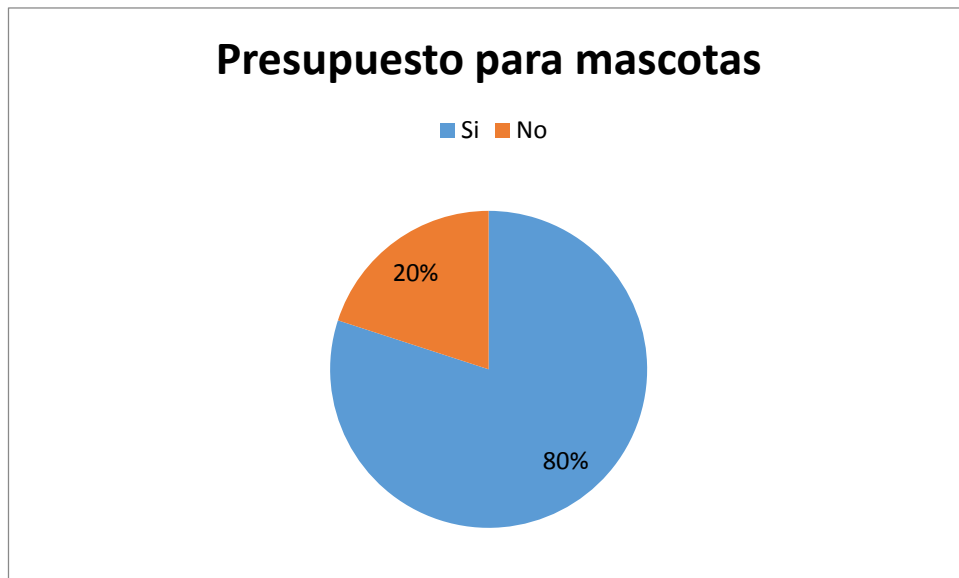
La mayoría de familias si poseen mascotas caninas, lo que indica que el tener una mascota canina en casa se debe a que ya están acostumbradas a compartir con uno de ellos, dando como resultado un incremento en la obtención de perros en casa.

d) ¿Destina usted dinero al cuidado de su mascota?

Cuadro N° 15. Presupuesto para mascotas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	304	80%
No	76	20%
TOTAL	380	100%

Gráfico N° 4. Presupuesto para mascotas



Fuente. Cabezas de Familias
Elaborado por: La Autora

Análisis:

Las familias ibarreñas toman en cuenta el cuidado que requieren las mascotas en su presupuesto, por lo cual se entiende que existe una cantidad económica destinada al cuidado de su mascota canina por lo tanto la microempresa puede aplicar sus servicios en este mercado. Los encuestados que manifestaron que no destinan dinero al cuidado de su mascota, porque se presume que les dan lo que poseen en casa.

- e) Estaría dispuesto a llevar a su perro a una microempresa que proporcione servicios de cuidado de peluquería y guardería

Cuadro N° 16. Preferencia por acudir a la microempresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	361	95%
No	19	5%
TOTAL	380	100%

Fuente. Cabezas de Familias

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5. Preferencia por acudir a la microempresa



Fuente. Cabezas de Familias

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Una gran cantidad de cabezas de familia si estarían dispuestas a llevar a su perro a la microempresa de servicios de cuidado para de esta manera protegerlo y tenerlo mejor cuidado. En tal circunstancia es necesario hacer un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios para mascotas, en la ciudad de Ibarra.

1.7. Resultados del diagnóstico

1.7.1. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades, riesgos

Cuadro N° 17. MATRIZ AOOR

ALIADOS	OPONENTES
Diversificación de la población.	Competidores.
Aceptación de los clientes	Cambio de paradigmas en los dueños de las mascotas.
Normativa Legal.	Desconocimiento en atención.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
Población existente.	No adquieran el servicio.
Ubicación de la microempresa.	Clima.
Diferenciación de los servicios.	Ausencia de asistencia técnica.

Elaborado por: La Autora

1.8. Análisis del diagnóstico

Al realizar el diagnóstico se pudo determinar que existen las condiciones necesarias para realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios para mascotas, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, además existen locales que atienden a varios animales domésticos donde prestan servicios limitados y no se enfocan a una sola mascota, observando dicho problema se propone una nueva visión, ya que la microempresa se enfocará a una sola mascota como son los perros, debido que este es un mercado que va en aumento y son más fáciles de manejar, la misma que ofrecerá servicios personalizados, lo cual le permite al cliente acceder a cualquiera de ellos de forma separada o conjunta; por lo que se considera al proyecto como una oportunidad de solución, debido a que este segmento de mercado está siendo atendido de forma inadecuada para lo cual el proyecto estará orientado a resolver los problemas encontrados de acuerdo a lo que exija la demanda actual.

Se estará realizando una base de datos de las personas que acudan a la microempresa Burbujitas Caninas, para de esa manera proporcionar datos

estadísticos exactos al Consejo de Salud Cantonal de Ibarra, el cual en la actualidad no posee una información estadística exacta de cuantas familias poseen mascotas, sino solo datos de perros callejeros.

CAPITULO II

2. Marco Teórico

2.1. Empresa

2.1.1. Definición

(Sarmientos R., 2010), expresa que: “Es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado; con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer diversas necesidades de la sociedad”.

Al conocer lo que es una empresa podemos estructurar los beneficios que se pueden obtener al constituir una ya que buscan obtener un beneficio económico a través de la venta de bienes o prestación de servicios los cuales nos ayudan a satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.

2.1.2. Objetivo

(Sarmientos R., 2010), expresa que:

Indica que el objetivo principal es el de obtener: utilidad, rentabilidad o ganancia; minimizando sus costos y gastos, es decir aprovechando al máximo todos y cada uno de los recursos disponibles, con el propósito de ser competitivos y mantenerse en el mercado.

Al identificar el objetivo que percibe una empresa podemos tener en claro lo que se desea conseguir con la implementación de una empresa sea esta de servicios o de producción.

2.1.3. Clasificación de las empresas

Según (Hernández S. y Polido A., 2011).

La clasificación de empresas es la siguiente:

a) Por su tamaño

Número de empleados y ventas netas anuales, para establecer el tamaño que tiene cada empresa.

Cuadro N° 18. Tamaño por ventas o número de empleados

Tamaño	Número de empleados	Ventas netas anuales
Micro	1 a 15 empleados	Hasta \$900.000
Pequeña	16 a 100 empleados	Hasta \$9'000.000
Mediana	101 a 250 empleados	Hasta \$20'000.000
Grande	Más de 250 empleados	Más de \$ 200'000.000

La unidad de servicios será catalogada como microempresa, porque no tendrá más de 15 trabajadores.

b) Por su giro

El giro es ya sea agrícola, industrial, comercial o de servicios.

Las empresas que brindan servicios, la microempresa se dedicara a satisfacer una necesidad directa, en este caso la atención a las mascotas caninas.

c) Por el origen de su capital y recursos

Por el origen y propiedad de sus recursos, las empresas son públicas, privadas, transnacionales o mixtas. La microempresa de servicios será de carácter privada porque su capital provendrá de inversionistas particulares.

2.1.4. Objetivos de la microempresa

(www.slideshare.net, 2014), plantean los siguientes objetivos:

- Crear microempresas sustentables con mínimo costo financiero.
- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades.
- Promover la cultura emprendedora.
- Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero para la reinserción de los emprendedores en la actividad económica.
- Marco legal sobre el cual se brindara el soporte y financiamiento a la microempresa.

Al conocer los objetivos de una microempresa el proyecto podrá orientarse en ellos y establecer los suyos para de esa manera estar acorde a lo que especifica la teoría.

2.2. Microempresas de servicios

2.2.1. Servicio

(Grande E., 2012), sostiene:

Son actividades que pueden identificarse aisladamente, son actividades esencialmente intangibles que proporcionan satisfacción y que no se encuentran forzosamente ligadas a la venta de bienes. Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su producción no tiene por qué ligarse necesariamente a un producto físico.

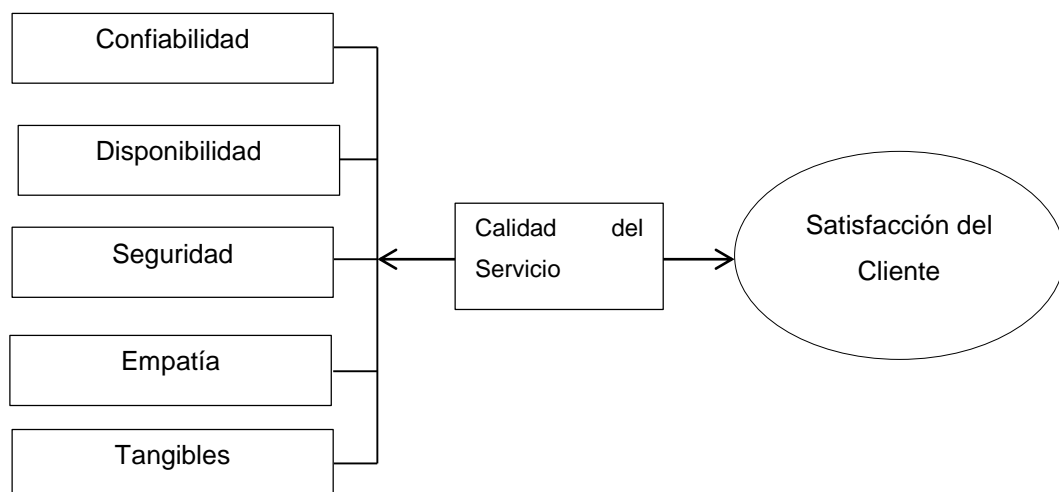
Los servicios son bienes intangibles los cuales se miden basándose en el tiempo y la eficiencia que se presta, para de esa manera satisfacer las necesidades del cliente obteniendo a cambio un valor monetario.

2.2.2. Calidad de servicio

(Pérez V., 2010): “La calidad permite proporcionar un producto o servicio a los consumidores, que satisface plenamente las expectativas y necesidades de estos a un precio que refleja el valor real del producto o servicio que los provee.”

La calidad del servicio supone el ajuste de las prestaciones a las necesidades, expectativas y deseos del cliente. La calidad de servicio requiere controlar cuidadosamente las preferencias del cliente, incrementar la rentabilidad mediante la captación de nuevos cliente y el mantenimiento de los existentes.

Ilustración N° 2. Satisfacción del cliente



Fuente: (Pérez V., 2010):

Al establecer el concepto de calidad de servicio permite identificar la importancia que este tiene ya que ayuda a calificar el grado de satisfacción que tiene el cliente ante el servicio prestado.

2.2.3. Características de un servicio

(Vilaseca D., 2014) manifiesta: Se identifica 5 características tradicionales de los servicios:

- Intangibilidad: se supone que no se puede apreciar o probar antes de ser adquiridos y usados
- Inseparabilidad implica que se consume mientras que se producen, por lo que no puede ser almacenado.
- Heterogeneidad: el factor humano de la relación puede generar inconsistencias, haciendo que dos clientes pudieran percibir como diferentes un mismo servicio.
- Los servicios en tanto no se pueden almacenar, se caracterizan por su carácter perecedero
- Se caracterizan por la ausencia de propiedad, pues otorga derechos, pero no la propiedad del soporte tangible que facilita el servicio.

2.2.4. Ciclo de vida de un servicio

(Jan van Bon y otros, 2012). Operación del servicio basada en ITIL V3 Guía de gestión, Van Haren Publishing. Holanda, expresa: El ciclo de vida del servicio es un modelo de organización que ofrece información sobre:

- La forma en que está estructurada la gestión del servicio.
- La forma en que los distintos componentes del Ciclo de Vida están relacionados entre sí.
- El efecto que los cambios en un componente tendrán sobre otros componentes y sobre todo el sistema del Ciclo de Vida.

2.2.5. Fases del ciclo de vida de un servicio

(Jan van Bon y otros, 2012)., el ciclo de vida del servicio consta de cinco fases.

- Estrategia del servicio: La fase de diseño, desarrollo e implementación de la gestión del servicio como un recurso estratégico.
- Diseño del servicio: La fase de diseño para el desarrollo de servicio incluyen arquitectura, procesos, políticas y documentos; el objetivo del diseño es cumplir los requisitos presentes y futuros de la empresa.
- Transición del servicio: La fase de desarrollo y mejora de capacidades para el paso a producción de servicios nuevos y modificados.
- Operación del servicio: La fase en la que se garantiza la efectividad y eficacia en la provisión y el soporte de servicios con el fin de generar valor para el cliente y el proveedor del servicio.
- Mejora continúa del servicio: La fase en la que se genera y mantiene el valor para el cliente mediante la mejora del diseño y la introducción y operación del servicio.

La estrategia del servicio es el eje en torno al que giran todas las demás fases del ciclo de vida del servicio; es la fase de definición de políticas y objetivos. La fase de Diseño, Transición y Operación del servicio ponen en práctica esta estrategia a través de ajustes y cambios. La fase de Mejora Continua del Servicio, que consiste en aprendizaje y mejora, abarca todas las fases del ciclo. Esta fase inicia los proyectos y programas de mejora, asignándoles prioridades en función de los objetivos estratégicos de la organización.

Al conocer el ciclo de un servicio y sus fases nos permite formar una estrategia para la microempresa y de esa manera estar preparados y brindar un servicio de calidad a los clientes.

2.3. Servicios de mascotas

2.3.1. Mascota

http://www.pae.ec/descargas/legislacion/OrdenanzaTenenciaResponsable_Ibarra.pdf: “Los que por su condición viven en compañía del ser humano como son: los perros, los gatos y pequeños mamíferos.”

Al conocer el significado de una mascota podemos entender lo que significan y de esta manera nos estamos enfocando en el objetivo principal del proyecto.

2.3.2. Principales cuidados de un perro

(Sánchez C., 2010), manifiesta: estas son las características que debe tomar en cuenta:

- La mejor edad para llevar un cachorro a casa es a las ocho semanas de edad, después del destete y antes de que se haya acostumbrado a su lugar de nacimiento.
- Los perros son golosos por naturaleza y comen hasta que ven el plato vacío, por eso, conviene fraccionar el alimento balanceado en dos raciones diarias.
- Cada perro es único con apetencias y necesidades propias, por eso con la ayuda de un veterinario se debe identificar el alimento balanceado para la mascota.
- Gracias al cuidado que se les da en las dietas balanceadas los perros viven entre quince y veinte años.
- Los perros jóvenes necesitan una dieta con altos niveles de proteínas, materias grasas, vitaminas y minerales para poder proveer el desarrollo de los huesos y tejidos.
- A medida que el perro envejece, disminuyen su energía y el alimento balanceado lo ayuda a prevenir enfermedades de riñón, obesidad y problemas cardiovasculares.


- Los perros tienen una gran capacidad sensitiva. Son capaces de anunciar la llegada de una persona o de una tormenta.

Cuando se conoce los cuidados que requiere una mascota se identificara las características que posee cada mascota, lo que nos proporciona una idea para implementar dentro del proyecto.

2.3.3. Razas

Es difícil saber con exactitud cuántas razas de perros existen actualmente. Entre las distintas federaciones hay reconocidas unas 700 razas distintas aproximadamente. Pero se los ha agrupado en seis grupos para identificarlos de una mejor manera:

Cuadro Nº 19: Razas

Grupos		
<p>Razas gigantes. Más de 50 Kg.</p> <p>Un perro de gran talla, muy potente y robusto, pero a la vez es flexible y ágil. Le caracteriza su cabeza grande (pero proporcionada) y su papada. De ojos pequeños (en relación al cráneo) y orejas medianas y caídas. Se trata de un perro de gran belleza que no deja indiferente a quien le contempla.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Mastín Español</u>: Algunos ejemplares superan los 120 Kg. - <u>San Bernardo</u>: Su misión como perro de salvamento hace que sea muy querido. - <u>El Gran Danés o Dogo Alemán</u>: Su elegancia hace que sea conocido como el Apolo de los perros. - <u>El Leonberger</u>: Esta raza de origen alemán es de aspecto parecido a un León. 	
<p>Razas grandes. Entre 25 y 50 Kg.</p> <p>Se trata de un perro poderoso, de constitución fuerte, sólida y musculosa. Destaca su cabeza ancha y sus orejas erguidas de forma triangular</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Rottweiler</u>: Una gran raza de perros con siglos de antigüedad - <u>Alaskan Malamute</u>: Un nórdico imponente de gran fuerza y resistencia. - <u>Chesapeake Bay Retriever</u>: Un retriever poco conocido - <u>Pastor Alemán</u>: Considerado por muchos como la raza más equilibrada. 	

	<ul style="list-style-type: none"> - <u>El Bóxer</u>: Su hocico chato le caracteriza. - <u>Bobtail o Viejo Pastor Inglés</u>: Una raza de pastoreo, también conocida como el perro osito - <u>Foxhound Inglés</u>: En España son poco conocidos, no así en países como Gran Bretaña - <u>Golden Retriever</u>: Una raza muy popular - <u>Labrador Retriever</u>: Un cobrador de caza que se ha convertido en una de las mascotas más populares y queridas del mundo. 	 
<p><u>Razas medianas. Entre 15 y 24 Kg</u></p> <p>Se caracterizan por su gran inteligencia, su resistencia y su capacidad para trabajar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Bulldog Inglés</u>: Detrás de su apariencia se esconde un perro dócil, fiel y muy cariñoso. - <u>Caniche</u>: Aunque lo ponemos en razas medianas, existen 4 variedades, desde los 4Kg hasta superar los 30Kg. - <u>Basset Hound</u>: Un sabueso de orejas extremadamente largas y mirada triste. - <u>Dálmata</u>: De aspecto moteado se hicieron mundialmente famosos gracias a la película 101 dálmatas. - <u>Chow Chow</u>: De aspecto parecido a un león. - <u>Shar Pei</u>: Una raza China, sus anatomía le convierte en un perro único. - <u>Border Collie</u>: Un perro de pastoreo que destaca por su gran inteligencia. 	  
<p><u>Razas pequeñas. Entre 5 y 14 Kg.</u></p> <p>Un perro compacto, fuerte, de proporciones casi cuadradas. Algunos rasgos de identidad son sus oscuros ojos, su barba o</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Carlino</u>: También conocido como pug o doguillo. Entra a conocer a estos pequeños perros de compañía. - <u>Schnauzer</u>: Miniatura Perros de compañía, cazadores, guardianes.... que más puedes pedir. 	

<p>sus orejas (no demasiado largas y caídas hacia adelante). Son perros activos, intrépidos, cariñosos, inteligentes y algo cabezotas. Sus aptitudes le convierten en un perro excelente para el hogar o como perro de guardia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bulldog Francés Los pequeños frenchies son estupendos perros de compañía. - West Highland Terrier: Unos pequeños perros guardianes. - Beagle: Un sabueso muy usado en la caza. - Cocker Spaniel Inglés: De carácter alegre, inquieto y en ocasiones un poco tozudo. - Fox Terrier: Un cazador de zorros de gran resistencia - Lhasa Apso: Excelentes guardianes, muy activos e inteligentes. - Teckel: Más conocido como perro salchicha. 	 
<p><u>Razas enanas. Menos de 5 Kg.</u> Son de carácter alegre y vivo. Destacan su inteligencia, lo que los convierten en buenos animales de compañía fáciles de entrenar. Buenos compañeros para los más pequeños de la casa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bichón Frisé: Una raza muy inteligente, también conocidos como Tenerife. - Bichón Maltés: Una raza de lujo que en su origen se dedicaba a la caza de ratas. - Chihuahua: Aquí tienes a la raza más pequeña del mundo, algunos ejemplares apenas superan el medio kilo. - Shih Tzu: Su característico pelaje distingue a estos pequeños, antaño reservados a los emperadores chinos. - Yorkshire Terrier: Sin duda estos pequeños son uno de los perros más populares en todo el mundo. 	  
<p><u>Razas Mestizos o sin raza</u> Son aquellos perros cruzados sin obtener una raza específica ni características claras.</p>		

Fuente: <http://www.todoperro.es/razas/>

Elaboración: La Autora

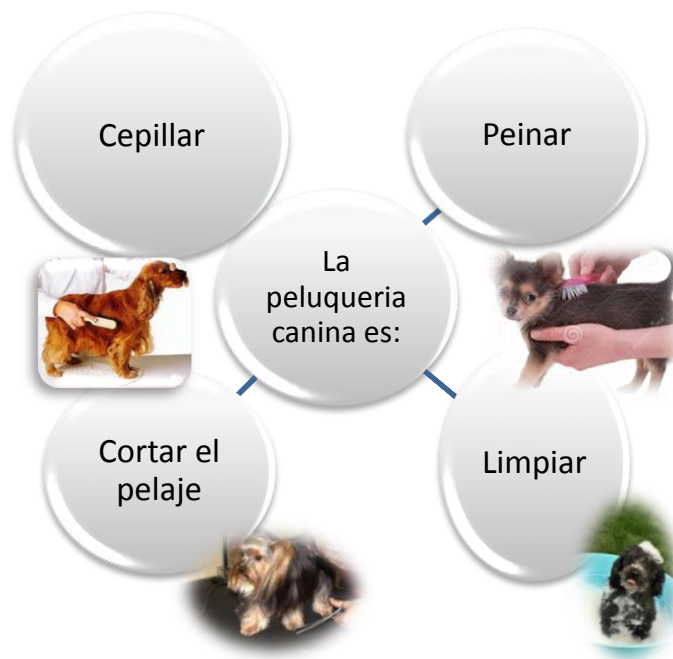
Al establecer el tipo de razas que existe la microempresa puede identificar como adecuar las áreas que posea para cada una de las mascotas y de esa manera se puede prestar un mejor servicio al cliente.

2.3.4. Servicios

a) Peluquería canina

Una peluquería canina es el conjunto de actividades que buscan potenciar la belleza del animal a través de la higienización de su piel y del mejoramiento de su pelaje. Actualmente la peluquería canina incluye otras actividades como el corte de uñas, la limpieza de los oídos y la aplicación de productos cosméticos en el pelaje para mejorar las condiciones del mismo.

Cuadro N° 20. Proceso de peluquería



Fuente: <https://prezi.com/go1axzdepj1e/definicion-de-peluqueria-canina/>

Elaboración: La Autora

b) Guardería Canina

Las guarderías para perros son uno de los tantos servicios a los cuales podemos acceder si nos vamos de vacaciones o si no podemos cuidar a nuestra mascota durante el día; existen diferentes guarderías para perros, algunas nos otorgan un servicio más completo que otras pero en conclusión todas tienen el mismo fin: cuidar a nuestro perro cuando estamos ausentes. <http://es.slideshare.net/Joselin18/guarderias-para-perros>

c) Alimentación canina

Las mascotas necesitan el aporte diario por lo que hay tres tipos de alimentos para mascotas: productos secos, semi húmedos y enlatados. Se diferencian según la humedad, el costo, el gusto y la calidad nutritiva por Kg. de alimento. Todos estos factores deben considerarse al evaluar una dieta alimentaria para sus perros o gatos. A pesar de estas diferencias, gracias a la tecnología avanzada todos los tipos de alimento para mascotas están formulados para proporcionar una nutrición completa y balanceada. http://www.foyel.com/paginas/2009/12/1073/alimentos_balanceados_o_piensos_para_perros_y_gatos/#sthash.bygoYzBQ.dpuf:

d) Venta de mascotas

“Es el lugar donde se distribuye perros de razas según la demanda de los clientes proporcionando cuidado e higiene antes de entregar a sus dueños.” <http://roshanybenji.wordpress.com/2007/06/12/que-significa-adoptar-una-mascota/>

e) Adopción de mascotas

La aportación que se entrega al adoptar es un apoyo para el cuidado de los animalitos que aún quedan en espera de un hogar. Al adoptar una mascota se está aceptando conscientemente el compromiso de que se está llevando un nuevo ser vivo al hogar, un ser que requiere atención médica, alimentación, compañía, esparcimiento, y que responderá de igual manera dando su lealtad, compañía, protección y alegrías.

Adoptar una mascota le confiere y respeta su condición inherente de “ser vivo” que pierde al ser adquirido como mercancía, adorno, objeto o capricho en una compra-venta. <http://roshanybenji.wordpress.com/2007/06/12/que-significa-adoptar-una-mascota/>

2.3.5. Interpretación de todos los servicios

Al determinar las definiciones de cada uno de los servicios que la microempresa ofrece a su clientela, nos permite aclarar la parte teórica y de esa manera se establecerán las estrategias que ayudaran a dar un mejor servicio en base a la teoría.

2.4. Estudio de mercado

2.4.1. Definición

“Es la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizando de forma sistemática o expresa, para tomar decisiones dentro del campo de marketing estratégico y operativo.” <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercado-23.htm>

Es un análisis del mercado mediante la preparación de una encuesta que ayudará a establecer que acogida tiene el proyecto, identificando los gustos, preferencias y precios de la competencia, estableciendo de esta manera estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

2.4.2. Precio

El precio es un variable que viene a sintetizar, en gran número de casos, la política comercial de la empresa. Por un lado tenemos las necesidades del mercado, fijadas en un producto, con unos atributos determinados; por otro, tenemos el proceso de producción, con los consiguientes costes y objetivos de rentabilidad fijados. Por eso deberá ser la empresa la

encargada, en principio, de fijar el precio que considere más adecuado.
<http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercado-23.htm>

Al determinar el precio que se ofrecerá por un servicio ayudará al dueño a conocer su rentabilidad y la viabilidad del negocio; generando una satisfacción al cliente.

2.4.3. Plaza

“Plaza es una herramienta de la mercadotecnia (las otras son el producto, el precio y la promoción) que los mercadólogos utilizan para lograr que los productos estén a disposición de los clientes en las cantidades, lugares y momentos precisos.” <http://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-distribucion.html>

Al establecer los canales y logística de la distribución del servicio se tendrá en claro cuál es el mercado o lugar al cual la empresa se va a dirigir obteniendo una visión clara de las metas a alcanzar.

2.4.4. Comunicación

(Domingo S., 2013), indica: “No es una acción o un conjunto repetitivo de acciones inconexas visibles solo ante la necesidad de aumentar las ventas o llegar a más cliente. Es un proceso continuo que indica y finaliza con la empresa.”

Al establecer una adecuada comunicación con el cliente se da a conocer al producto o servicio que se pretende ofrecer al cliente, logrando una atracción directa a lo ofrecido por la microempresa.

2.4.5. Demanda

(Rache B. y Blanco G., 2011):

Al conceptualizar sobre demanda como las cantidades de un bien que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, en un período específico de tiempo, enfatiza que la demanda es un flujo de compras en el tiempo; cualquier cantidad específica demandada se lleva a cabo en un periodo de tiempo.

Se establece de esta manera la capacidad que la microempresa posee para satisfacer a los consumidos que deseen adquirir el servicio que se les está ofreciendo.

2.4.6. Oferta

(Rache B. y Blanco G., 2011), expresa:

Al conceptualizar sobre la oferta como las cantidades de un bien que los productores están dispuestos a vender a los diferentes precios, en un periodo específico de tiempo, enfatiza que la oferta es un flujo de ventas en el tiempo; cualquier cantidad específica ofrecida se lleva a cabo en un período de tiempo.

Se refiere al comportamiento de la oferta y a la definición de las cantidades que se pueden proporcionar dentro de las actividades, para poder proveer los bienes o servicios demandados por el mercado.

2.5. Estudio técnico

2.5.1. Macro localización

“También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.” <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalará el proyecto, es decir establecer la Provincia, el Cantón y la Ciudad.

2.5.2. Micro localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

La microlocalización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente el proyecto.

2.6. Contabilidad

(Valdivieso M., 2013), expresa:

Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación y registro, control e interpretación de las transacciones que se realiza en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable.

Al establecer el concepto de contabilidad nos permite analizar que la contabilidad financiera se convierte en una herramienta indispensable para la toma de decisiones en la microempresa, permitiendo conocer la estabilidad, solvencia y capacidad económica de la misma.

2.6.1. Objetivo

(Valdivieso M., 2013), expresa:

Analizar, registrar y controlar las transacciones en operaciones realizadas por una empresa o instituto en funcionamiento, con la finalidad de informar e interpretar la situación económica financiera y los resultados

operacionales alcanzados en cada periodo o ejercicio contable durante toda la existencia permanente de la entidad.

Identificando el objetivo que percibe permitirá tener una idea adecuada de cómo manejar la empresa y que es lo que se pretende lograr al aplicar un control en los ingresos y gastos en los cuales incurre la empresa.

2.6.2. Contabilidad de costos

Según (Sarmientos R., 2010), expresa:

Son un conjunto de procesos que se desarrollan dentro de la contabilidad y que son repetidos en cada fase del periodo contable en una empresa, indicando con el registro de todas las transacciones, en un sistema contable generando los libros respectivos.

Analizando el concepto la contabilidad de costos nos permite conocer las inversiones y los gastos que una empresa incurre en un periodo económico, identificando los elementos necesarios para el cálculo, control y el análisis de los costos de producción de un bien o servicio.

2.6.3. Costo fijo

Según (Sarmientos R., 2010), expresa: “Son los costos constantes, inalterables; que no varían independientemente del volumen de producción; es decir que exista o no producción, siempre habrá que incurrir en estos costos, por ejemplo: Sueldo de administración, arriendos, depreciaciones, amortizaciones, etc.”.

Son los valores que se mantienen estables sin importar el nivel de producción que puede tener la empresa mes a mes, es decir son los que no cambian.

2.6.4. Costo variable

Según (Sarmientos R., 2010), expresa:

Son los costos que cambian de acuerdo al volumen de producción; es decir, que a mayor volumen de producción, mayor será el costo variable y viceversa; y, si no hay producción no habrá estos costos, por ejemplo: compra y utilización de materiales, utilización de mano de obra directa.”.

Los costos variables dependen de la producción que posee la empresa debido a que se relaciona directamente con los materiales y mano de obra que intervienen en el producto o servicio.

2.7. Estados financieros

(Guajardo G. y Andrade N., 2014), expresan:

Constituye una representación estructurada de la situación financiera y del desempeño financiero de una entidad. El objetivo de los estados financieros con propósitos de información general es suministrar información acerca de la situación financiera, de la entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que se les han confiado.

2.7.1. Estado de situación financiera

También conocido como Balance General, presenta en un mismo reporte, la información necesaria para tomar decisiones en las áreas de inversión y financiamiento

(Guajardo G. y Andrade N., 2014), expresan:

Dicho estado incluye en el mismo informe ambos aspectos pues se basa en la idea de que los recursos con que cuenta el negocio deben corresponderse directamente con las fuentes necesarias para adquirirlos, muestra los montos de activo, pasivo y capital en una fecha específica, en

otras palabras, muestra los recursos que posee el negocio, los adecuados y el capital aportado por los dueños.

2.7.2. Estado de resultados

(Guajardo G. y Andrade N., 2014), expresan:

El primero de los Estados Financieros básicos es el Estado de Resultados, que pretende determinar el monto por el cual los ingresos contables difieren de los gastos contables. Al remanente se le llama resultado que puede ser positivo o negativo, si es positivo se conoce como utilidad y si es negativo se denomina pérdida.

2.7.3. Estado de flujo de efectivo

(Guajardo G. y Andrade N., 2014), expresan:

Anteriormente denominado Estado de Cambios de la situación financiera a diferencia del estado de resultados, es un informe que desglosa los cambios en la situación financiera de un periodo a otro e incluye de algunas formas, la entrada y salida de efectivo para determinar el cambio en esta partida, el cual es un factor decisivo al evaluar la liquidez de un negocio. Informe que desglosa los cambios en la situación financiera de un periodo a otro e incluye las entradas y salidas de efectivo para determinar el cambio en esta partida.

2.7.4. Explicación de estados financieros:

Al aplicar los conceptos de estados financieros nos podemos dar cuenta como está la microempresa contablemente, reconociendo de ésta manera la liquidez y gastos que ha obtenido e identificar también en cuanto tiempo se puede recuperar la inversión que se realizará al implementar este proyecto.

2.7.5. Valor actual neto (VAN)

(Pacheco J., 2013), manifiesta:

Es el resultado de descontar los flujos de un proyecto a una tasa de descuento determinada y restarle la inversión inicial.” Valor Anual neto, el valor (en dinero) que crea o disminuye un proyecto, sobre la base de la expectativa de rentabilidad de dinero invertido.

El valor actual neto es aquel que permite determinar el valor que realmente se obtiene como renta una vez realizada una inversión, es una técnica muy utilizada para determinar si es viable invertir en un proyecto.

2.7.6. Tasa interna de retorno (TIR)

(Grande E., 2012), la define como: “La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento, que hace que el valor actual de los flujos de beneficios sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos”.

La tasa interna de retorno permite medir la rentabilidad que tendrá un proyecto de inversión en términos porcentuales, mismo que os servirá para analizar si el proyecto está generando las rentas deseadas o si necesitamos maximizarlas.

CAPITULO III

3. Estudio de Mercado

3.1. Introducción

El estudio de mercado es una guía que nos permite establecer estrategias para lograr un adecuado posicionamiento del servicio a ofrecer, tomando en cuenta los gustos, preferencias y necesidades de los consumidores. Para el desarrollo del estudio se toma en cuenta factores como la competencia, el precio, la demanda, la oferta y la plaza que existe en la ciudad de Ibarra sobre los servicios ofrecidos a las mascotas.

También se realizará la recolección de datos mediante la aplicación de una encuesta, la cual nos ayudará a identificar el nivel de aceptación que va a tener la microempresa de servicios, para lo cual se desarrollará un servicio de calidad que satisfaga las expectativas del cliente.

La oferta de servicios para mascotas en nuestra ciudad nos ofrece una variedad de precios acorde a los diferentes servicios que ofrece cada uno de los establecimientos existentes, los costos varían de acuerdo a lo establecido por el propietario y a la calidad de atención entregada hacia el consumidor.

3.2. Objetivo del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar la aceptación y poder establecer la demanda, oferta, precio y plaza de la microempresa de servicios para mascotas.

3.2.2. Objetivos específicos

Conocer la aceptación y expectativas de los servicios para mascotas.

Establecer la demanda actual y potencial de microempresa.

Realizar un estudio de la competencia.

Determinar adecuadamente los precios para cada servicio a ofrecer.

Identificar las promociones y medios de comunicación por los cuales se va a dar a conocer la microempresa.

3.3. Mecánica operativa

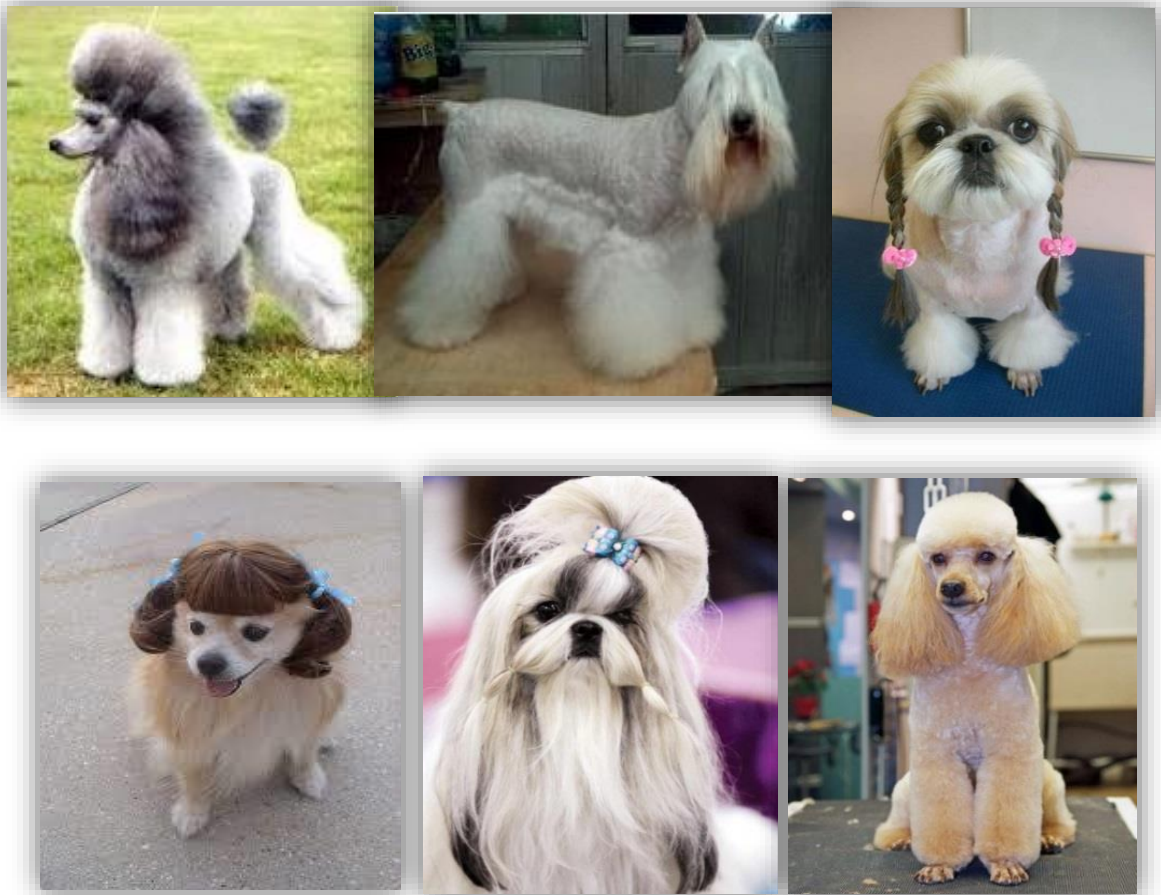
3.3.1. Identificación del servicio

El servicio de cuidado para mascotas que se está proponiendo es en el área de peluquería y guardería canina, ya que estos son los servicios que más sobresalen al momento de realizar la encuesta y es lo que el mercado requiere, también se está enfocándose en base a los requerimientos de la ciudadanía. Además se propone un área de ayuda social la cual se realiza con el objetivo de apoyar a las campañas que hoy en día existen en el sector público como el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.

3.3.1.1. Servicios de peluquería:

Este servicio lo estamos aplicando ya que la mayoría de los clientes buscan un lugar donde asear y embellecer a su mascota canina. El valor agregado que se le da a este servicio para que nos distinga de la competencia es que solo se está enfocándose a un animal como es el perro, también se realizan cortes personalizados o como el cliente lo requiera.

Ilustración N° 3. Estilos de cortes



Fuente: (https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1366&bih=667&tbm=isch&sa=1&q=cortes+exoticos+de+mascotas&oq=cortes+exoticos+de+mascotas&gs_l=img.3...76388.80106.0.80395.14.14.0.0.0.1.226.1798.0j8j2.10.0.msedr...0...1c.1.64.img..12.2.386.arLaE-IAz4w, 2015)

3.3.1.2. Guardería canina

Este es el servicio innovador que el proyecto está presentando, debido a que en la ciudad no hay un lugar donde hospedar a una mascota, para este servicio se está proporcionando cuidado personalizado y camas según la costumbre de la mascota, también se incorporará paseos y distracciones durante el periodo de cuidado del perro.

Ilustración N° 4. Áreas del negocio



Fuente: (http://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1366&bih=667&tbn=isch&sa=1&q=+guarderia+canina&oq=+guarderia+canina&gs_l=img.3..0l8j0i7i30l2.72393.72393.0.72723.1.1.0.0.0.190.190.0j1.1.0.msedr...0...1c.1.64.img..0.1.189.spDH_Y94aWU#imgdii=kfKoK5-o-hlda, 2015)

3.3.1.3. Área de adopción:

En este espacio el proyecto se vuelve social ya que estamos ayudando a buscar un hogar para los perritos que se encuentran en las calles, la microempresa generará limpieza y cuidado a la mascota abandonada durante un periodo de tiempo determinada, el mismo que comprenderá de

3 semanas para darle las atenciones del caso y en la última semana se procederá a buscarle un hogar caso contrario se les dará parte a las fundaciones existentes en la ciudad, haciendo énfasis que se tratará de buscarle un hogar para no enviar a las fundaciones

Ilustración N° 5. Adopción

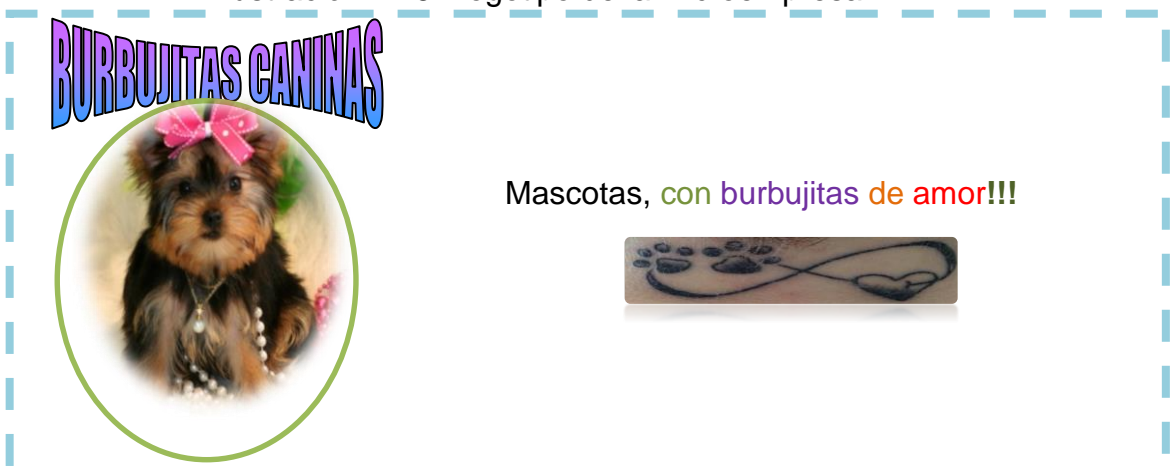


Fuente: (https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1366&bih=667&tbm=isch&sa=1&q=alimentos+de+perros&oq=alimentos+de+perros&gs_l=img.3...66082.73840.0.74618.17.17.0.0.0.0.221.2026.0j8j3.11.0.msedr...0...1c.1.64.img..10.7.1341.rqb9J5S8ZtU,2015)

3.3.2. Logotipo de la empresa

El proyecto tendrá como logo una imagen que le caracterice a la microempresa, basándose en una frase distintiva del resto pero que demuestre el objetivo y el propósito para lo cual está enfocada.

Ilustración N° 6. Logotipo de la microempresa



Elaborado por: La Autora

3.3.3. Logotipo de servicios

Ilustración N° 7. Logotipo de servicios



Elaborado por: La Autora

Al establecer fijamente los servicios que la microempresa ofrecerá a sus clientes se aplicará un distintivo y frase que los diferencie, creando así un valor adicional al servicio que se ofrece.

3.3.4. Segmentación del mercado

Dentro del análisis se ha determinado que la segmentación que se utilizará para el proyecto está conformada por las siguientes variables:

Gustos y preferencias

En las familias solo el 40% no tienen el gusto de cuidar a un perro, en base al diagnóstico realizado y en base a otra pregunta el 75% de las familias han poseído una mascota canina y al preguntar sobre la aceptación el 95% estaría dispuesto a llevar a su mascota a la microempresa que presta los

servicios de cuidado a su perro, para que sea atendido de la mejor manera y preferir un servicios que le brinde confianza y calidad.

Identidad

La personalidad de los amos es transmitida a las mascotas, teniendo que asearlo y peinarlo acorde a la personalidad del dueño.

Nivel económico

La capacidad económica es medio – alto, ya que el servicio es suntuario, pero necesario, para dar la satisfacción necesaria a los perros.

Mercado potencial

Un mercado potencial son los perros, en donde los dueños tengan el gusto, preferencia y la capacidad económica para llevarlos a ser atendidos y por norma constitucional se debe proteger a todo tipo de mascota, incluidos los perros.

3.3.5. Mercado meta

El principal mercado al cual se quiere llegar con los servicios de atención a mascotas son aquellas personas que tienen perros.

Cuadro N° 21. Determinación del mercado meta

Detalle	Población
Familias	38.212
No tienen mascotas 40%	15.285
Familias que tienen perros	22.927

Fuente: Diagnóstico situacional
Elaborado por; La Autora

3.3.6. Identificación de la población

Para la presente investigación se ha tomado como población el número de familias de la ciudad de Ibarra, este número corresponde a 38.212 familias,

(Fuente: Censo Ecuatoriano de Población y Vivienda 2010) quitando el 40% de las familias que no les gusta cuidar mascotas caninas información obtenida del capítulo I pregunta b), por ende restando estas cantidades da como resultado 22.927 que poseen mascotas caninas.

Cuadro N° 22. Número de Familias de la ciudad de Ibarra

Año	Familias
2010	22.927

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2010)

El porcentaje que se utilizó es la tasa de crecimiento poblacional que fue del 2,02%.

Cálculo de la población Proyectada a 2013

$$P_p = P_0(1 + i)^n$$

$$P_p = 22.927(1 + 0.00202)^3$$

$$P_p = 22.927(1.00202)^3$$

$$P_p = 23.066 \text{ Familias}$$

Cuadro N° 23. Población de la ciudad de Ibarra con mascotas

Año	Familias
2010	22.927
2011	22.973
2012	23.020
2013	23.066

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2010)

La población del año 2013 es de 23.066, para aplicar la encuesta en el diagnóstico, se pudo determinar la cantidad de familias.

3.3.7. Determinación de la muestra

El número total de familias proyectadas al año 2013, serán tomadas en cuenta para calcular el tamaño de la muestra, lo cual es un número representativo de la población objeto de estudio; y se lo hará mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times \sigma^2 \times Z^2}{(N - 1)E^2 + \sigma^2 \times Z^2}$$

n: Tamaño de la muestra.

N: Universo o población.

Z: Nivel de confiabilidad. Valor obtenido mediante niveles de confianza con el que se va a realizar el tratamiento a las estimaciones, es un valor constante.

σ^2 : Varianza de la población. Corresponde un valor del 0.25.

E: Es el límite aceptable de error que varía del 1 al 9%.

N-1: Es una correlación que se usa para muestras mayores que 30.

Calculo:

$$n = \frac{23.066 \times .05^2 \times 1,96^2}{(23.066 - 1)0,05^2 + .05^2 \times 1,96^2}$$

$$n = 358,72 \cong 359 \text{ Encuestas}$$

3.3.8. Análisis de la información

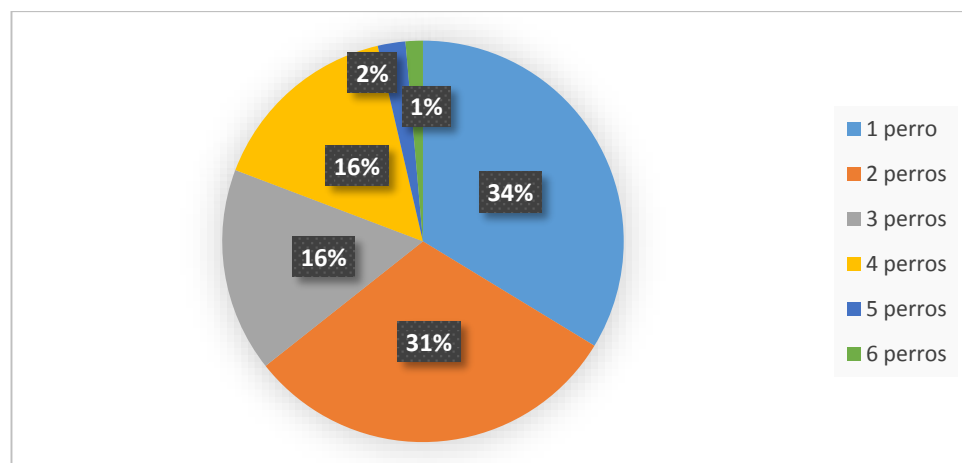
3.3.8.1. Encuesta a las cabezas de familia

1) ¿Cuántos perros tiene usted en casa?

Tabla N° 1. Cantidad de perros

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	121	33,70%
2	110	30,64%
3	59	16,43%
4	56	15,60%
5	8	2,23%
6	5	1,39%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 6. Cantidad de perros



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis:

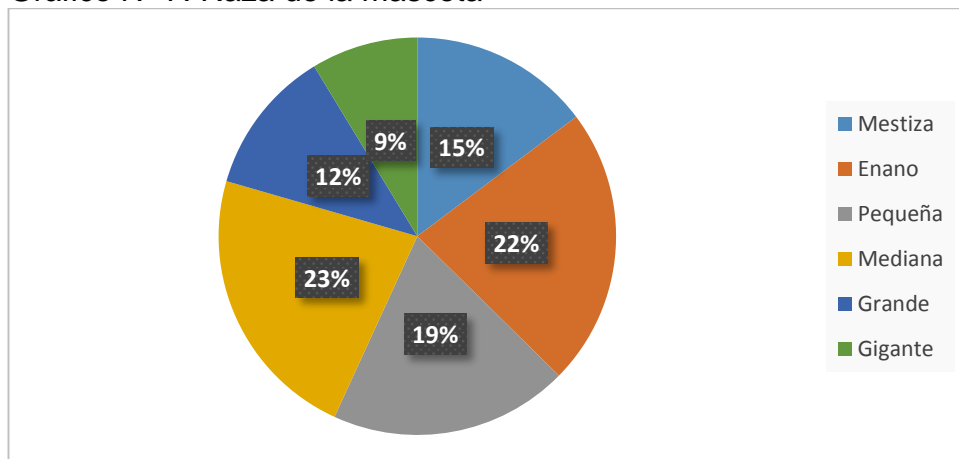
De las 359 encuestas aplicadas la mayoría de las familias ibarreñas poseen de uno a dos perros lo cual nos indica que ellos tienen una mayor facilidad de acceder a servicios de cuidado ya que su responsabilidad está orientada a pocos perros, identificando de esta manera clientes potenciales para la microempresa. Esto servirá para determinar la cantidad de perros que existen aproximadamente en la ciudad de Ibarra.

2) ¿Qué raza de mascota posee usted?

Tabla N° 2. Raza de la mascota

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mestiza	53	14,76%
Enano	81	22,56%
Pequeña	70	19,50%
Mediana	81	22,56%
Grande	43	11,98%
Gigante	31	8,64%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 7. Raza de la mascota



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

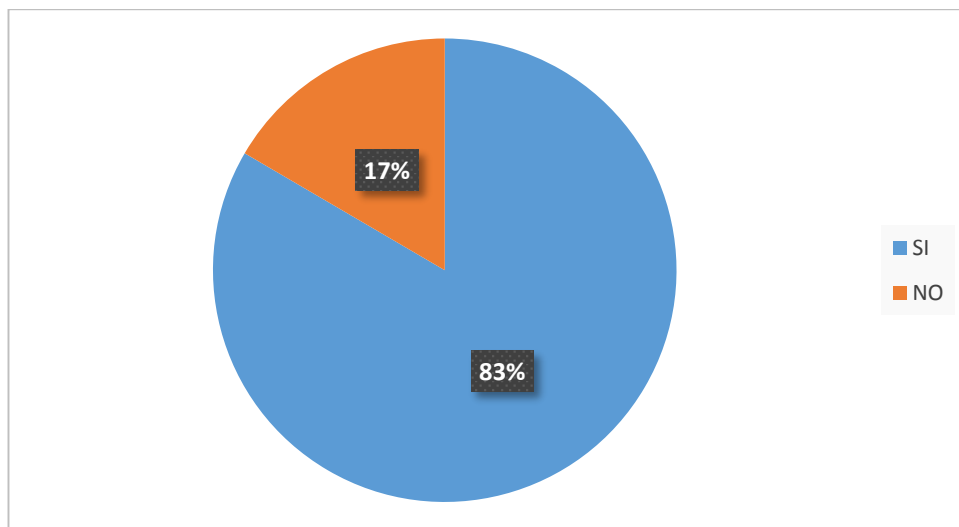
Permite conocer que las razas de mascotas más cuidadas o protegidas por las familias ibarreñas son las enanas, pequeñas y medianas, identificando así al segmento de mercado que se va a dirigir la microempresa debido a que este tipo de razas son más acogidas por las familias para ser cuidadas, y en un número no menor se encuentran las mestizas, con esta información podemos determinar que en la ciudad las familias también tienden a cuidar a un perro que no sea de raza, indicándonos que el servicio que se ofrecerá de adopción si se lo puede ejecutar ya que hay familias que si dan cuidado a este tipo de raza.

3) ¿Usted utiliza o conoce los centros de cuidado de mascotas?

Tabla N° 3. Utilización de servicios de mascota

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	299	83,29%
NO	60	16,71%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 8. Utilización de servicios de mascota



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

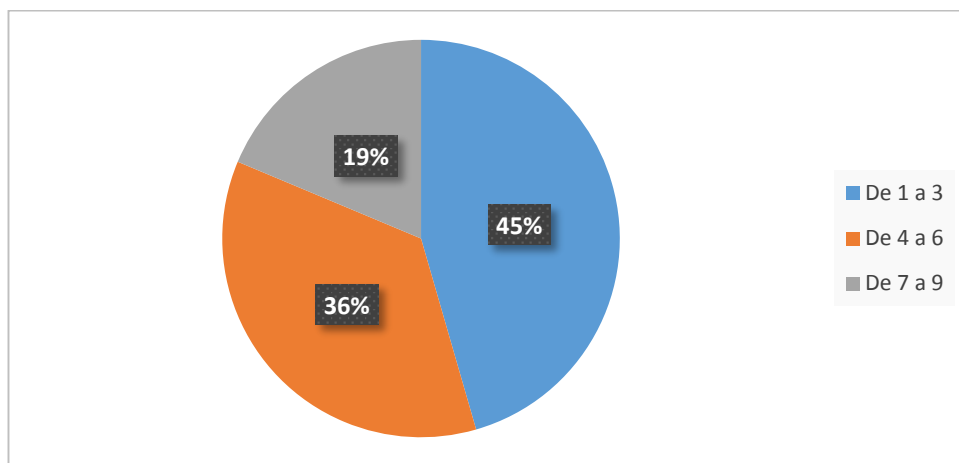
Los resultados al aplicar estas encuestas nos indica que la mayoría de las personas conocen centros de cuidados para las mascotas, lo que manifiesta que esta clase de negocios no son nuevos y si tienen una orientación de que objetivos cumplen, por lo cual la microempresa no se está enfocando en servicios desconocidos sino que lo está mejorando de acuerdo a lo que ya existe en el mercado, brindando algo novedoso y llamativo.

4) ¿Cuántos centros de cuidado de mascotas conoce?

Tabla N° 4. Cantidad de centros de mascota

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 3	163	45,40%
De 4 a 6	129	35,93%
De 7 a 9	67	18,66%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 9. Cantidad de centros de mascota



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

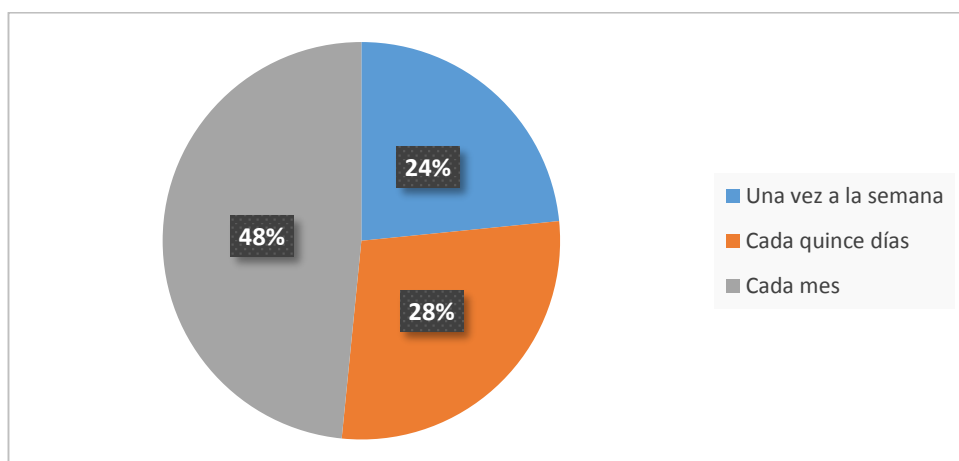
La mayoría de los encuestados conocen de 1 a 3 centros de cuidado para mascotas, indicándonos que están acostumbrados a lo que les pueden brindar dicho lugar, ya que no poseen conocimiento de otro lugar con una oferta diferente a la tradicional, para esto la microempresa se dará a conocer por varios medios de comunicación para que los clientes accedan a los servicios que se estará ofertando.

5) ¿Con qué frecuencia acude a los almacenes de servicios para mascotas?

Tabla N° 5. Frecuencia que acude por servicios

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez a la semana	84	23,40%
Cada quince días	101	28,13%
Cada mes	174	48,47%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 10. Frecuencia que acude por servicios



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

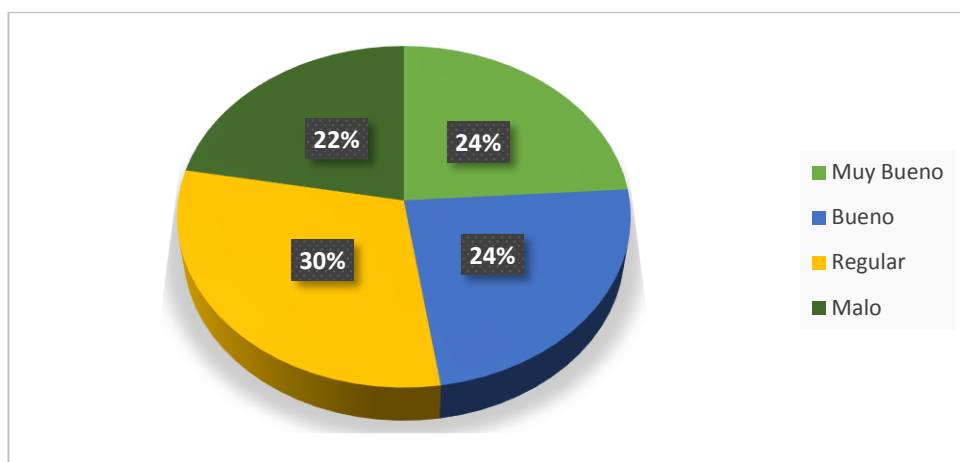
Se demuestra con los resultados que una gran parte de las personas acuden a los centros de cuidado de mascotas como es cada quince días y cada mes, dándonos a conocer de esta manera que las personas si se preocupan por el bienestar de las mascotas y también nos permiten conocer un patrón de visitas que ellos realizan con sus mascotas.

6) ¿Cómo calificaría usted los servicios de mascotas prestados por los centros existentes?

Tabla N° 6. Calidad de los servicios existentes

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	86	23,96%
Bueno	85	23,68%
Regular	109	30,36%
Malo	79	22,01%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 11. Calidad de los servicios existentes



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

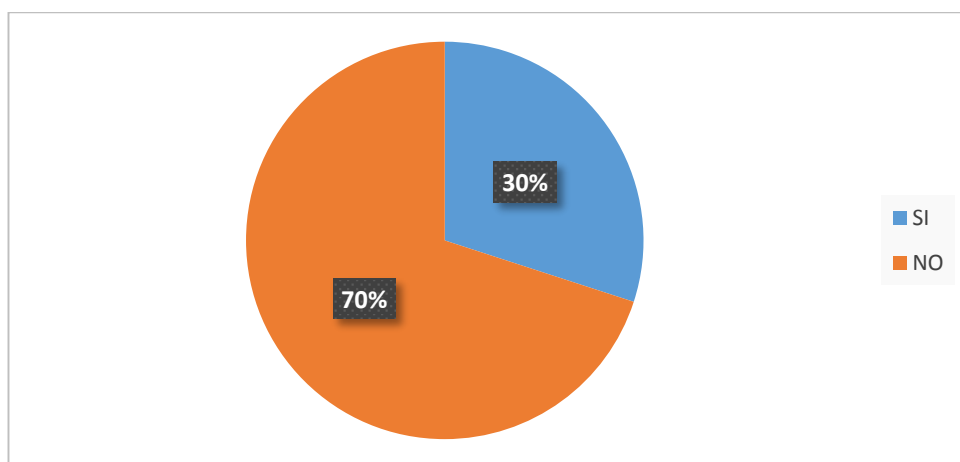
La mayoría de las personas califican a los servicios de mascotas prestados por los centros existentes como regulares lo que indica que no se encuentran satisfechos con el servicio que reciben y es necesario poner en marcha una nueva empresa de servicios especializados que generen satisfacción tanto al cliente directo como indirecto.

7) ¿Los almacenes de servicios para mascotas ofrecen precios razonables por sus servicios?

Tabla N° 7. Precio razonables por sus servicios

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	108	30,08%
NO	251	69,92%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 12. Precio razonables por sus servicios



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

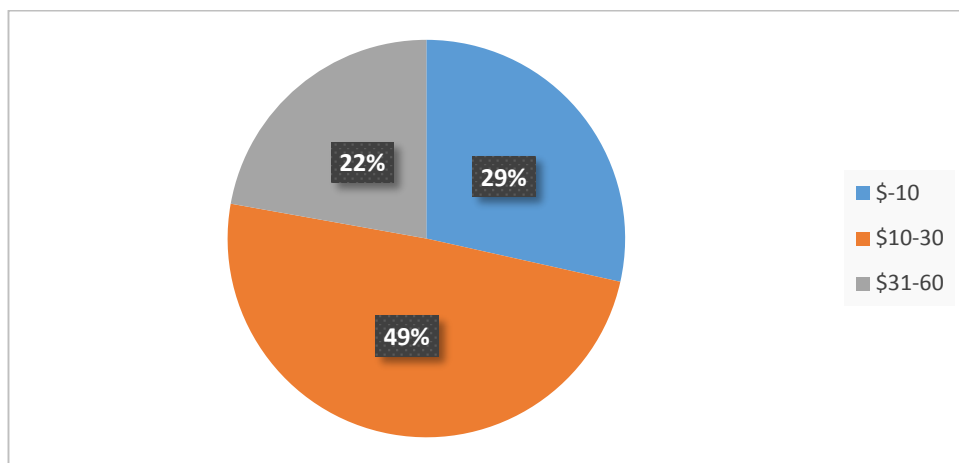
Con las respuestas obtenidas a esta pregunta nos permite conocer que los clientes no están satisfechos con los precios que les ofrecen los almacenes existentes ya que no se encuentran dentro de sus necesidades, lo que nos permite identificar es que los servicios que se van a ofrecer deben poseer características diferentes a los que está proporcionando la competencia, para de esta manera tener un cliente satisfecho con el servicio que recibió.

8) ¿Cuánto dinero al mes destina al cuidado de su mascota?

Tabla N° 8. Recursos económicos a gastar en la mascota

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$-10	102	28,41%
\$10-30	177	49,30%
\$31-60	80	22,28%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 13. Recursos económicos a gastar en la mascota



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

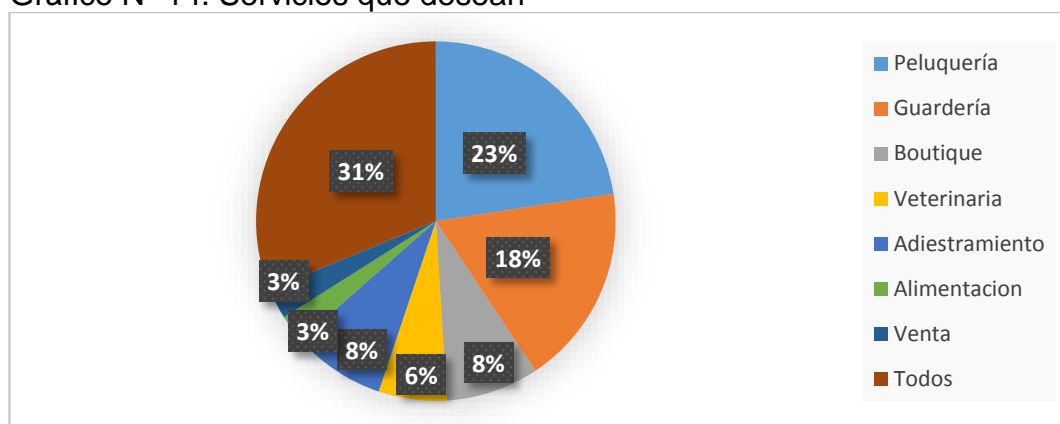
De los resultados obtenidos en las encuestas, las personas destinan de \$10 a 30 dólares mensuales para su mascota canina, lo que concluimos es que los dueños toman en cuenta las necesidades de sus mascotas, en los gastos mensuales que ellos generan, es decir destinan una parte de sus ingresos para sus mascotas.

9) ¿Cuáles de los siguientes servicios le gustaría que preste la microempresa?

Tabla N° 9. Servicios que desean

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Peluquería	81	22,56%
Guardería	65	18,11%
Boutique	30	8,36%
Veterinaria	22	6,13%
Adiestramiento	30	8,36%
Alimentación	9	2,51%
Venta	10	2,79%
Todos	112	31,20%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 14. Servicios que desean



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis:

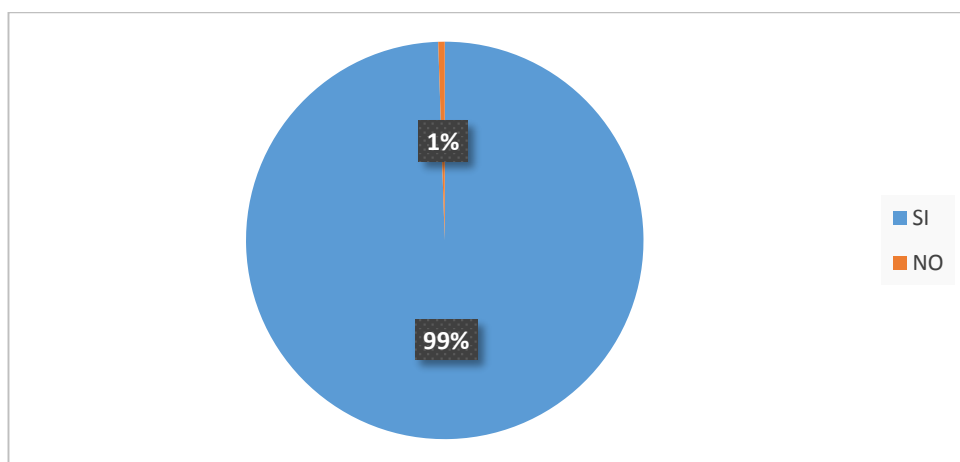
Una parte significativa de los encuestados determinan que desean acceder a todos los servicios, debido a la gran inversión que esto requiere se opta por los otros servicios que llaman la atención como son la guardería y peluquería formando así el programa de servicios que ofrecerá la microempresa al inicio de sus actividades y dependiendo de su crecimiento se irá ofreciendo los otros servicios ya que se demuestra que en la ciudad existe demanda para ellos, por ser considerado un servicio mesurado, debe ser de calidad, para poder llegar a las expectativas de los clientes.

10) ¿Estaría dispuesto a acudir a una microempresa de servicios para perros que brinden todos los servicios?

Tabla N° 10. Aceptación de la nueva unidad productiva

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	357	99,44%
NO	2	0,56%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 15. Aceptación de la nueva unidad productiva



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

Análisis

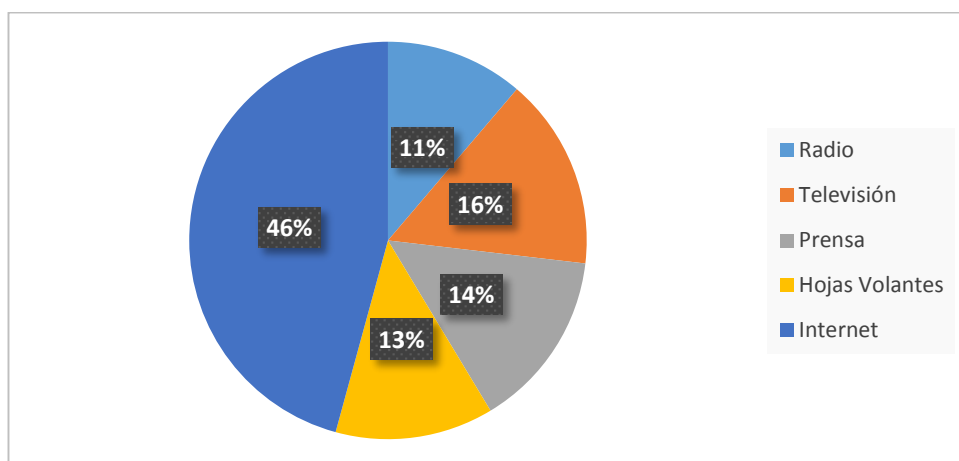
Se demuestra que un alto porcentaje de las personas encuestadas SI estarían dispuestas a la creación de la microempresa de servicios para mascotas; por lo que se observa la factibilidad de crear este proyecto que será de mucho beneficio para las personas que requieran del servicio.

11) ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se dé a conocer la microempresa?

Tabla N° 11. Medio de comunicación que más utilizan

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	41	11,42%
Televisión	56	15,60%
Prensa	52	14,48%
Hojas Volantes	46	12,81%
Internet	164	45,68%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 16. Medio de comunicación que más utilizan



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

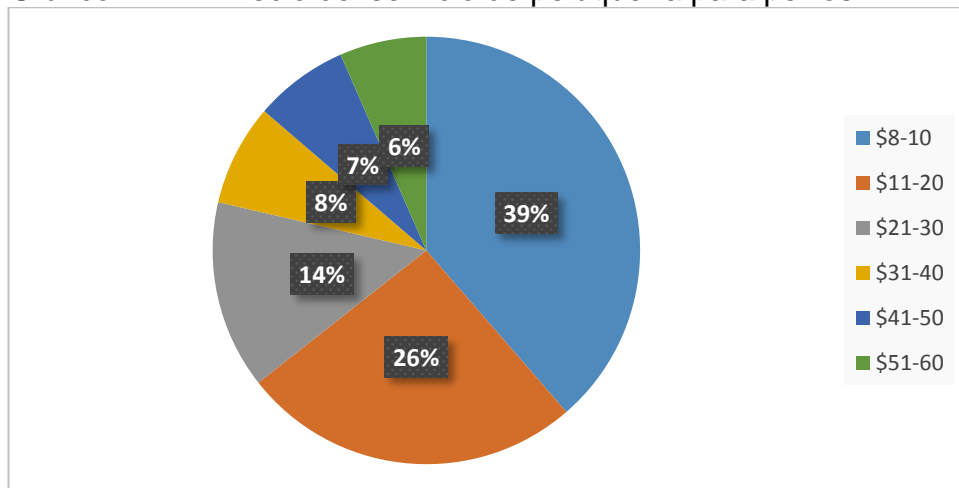
Los medios de comunicación por los cuales se va a dar a conocer la microempresa son el internet, la televisión y la prensa escrita, ya que esos son los más visitados por las personas encuestadas, dándonos de ésta manera un enfoque claro por donde tiene más publicidad el proyecto.

12) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de peluquería para su mascota?

Tabla N° 12. Costo del servicio de peluquería para perro

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$8-10	139	38,72%
\$11-20	92	25,63%
\$21-30	51	14,21%
\$31-40	27	7,52%
\$41-50	26	7,24%
\$51-60	24	6,69%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 17. Precio del servicio de peluquería para perros



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

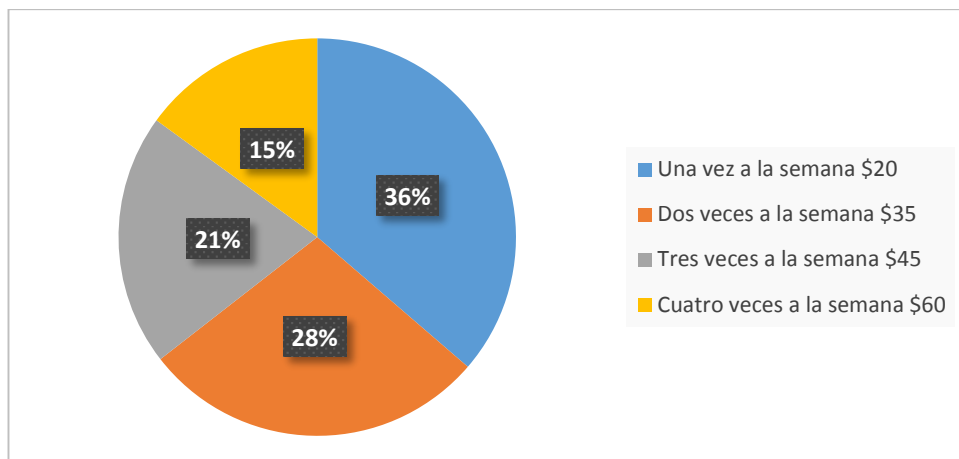
Se establece como valor posible a cobrar por el servicio de peluquería \$10,00 ya que este costo es el que pagan los clientes por el servicio, dándonos así una orientación del valor que se posee en el mercado y al cual la microempresa tiene que basarse para fijar su propio precio.

13) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de guardería para su mascota?

Tabla N° 13. Precio de los servicios

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez a la semana \$20	130	36,21%
Dos veces a la semana \$35	101	28,13%
Tres veces a la semana \$45	74	20,61%
Cuatro veces a la semana \$60	54	15,04%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 18. Precio de los servicios



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

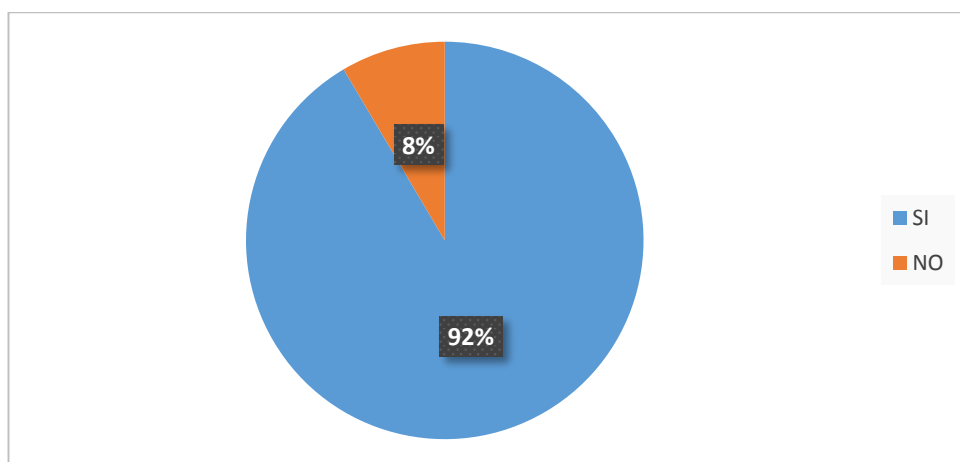
De las respuestas obtenidas en esta pregunta podemos determinar que los potenciales clientes están dispuestos a pagar por este servicio entre \$20 y \$35 dólares, ya que es una necesidad vigente que se encuentra en la ciudad y para el cálculo del precio de la promoción se hace en base al segundo rubro, se estima que los clientes que quieren a ese precio son de condiciones económicas altas.

14) ¿Le gustaría que la microempresa ofrezca promociones en sus servicios?

Tabla N° 14. Promociones en sus servicios

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	329	91,64%
NO	30	8,36%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 19. Promociones en sus servicios



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

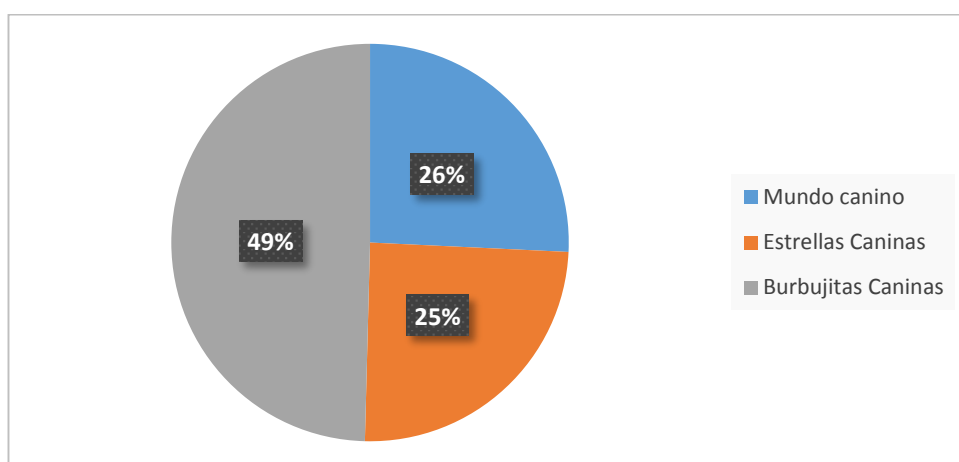
Al establecer los resultados se determina que la mayoría de las personas desea que se dé una promoción en los servicios que ofrece la microempresa, lo cual le ayudará a establecer estrategias que le permita tener beneficios tanto para el proyecto como para el cliente.

15) ¿Cuál de los siguientes nombres le gustaría para la microempresa?

Tabla N° 15. Nombre de la empresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mundo canino	92	25,63%
Estrellas Caninas	89	24,79%
Burbujitas Caninas	178	49,58%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 20. Nombre de la empresa



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

Análisis

Al determinar los resultados se llega a la conclusión que la mayoría de los encuestados decidieron que la microempresa se llame BURBUJITAS CANINAS, por lo tanto el nombre que llevará fue establecido por los propios clientes potenciales que puede llegar a poseer el proyecto.

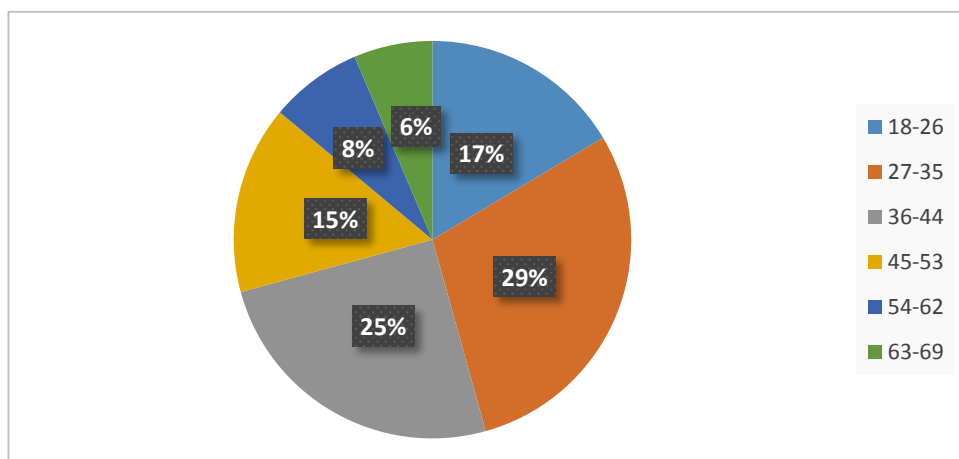
16) Datos técnicos

a. Edad

Tabla N° 16. Edad

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-26	59	16,43%
27-35	105	29,25%
36-44	90	25,07%
45-53	55	15,32%
54-62	27	7,52%
63-69	23	6,41%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 21. Edad



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

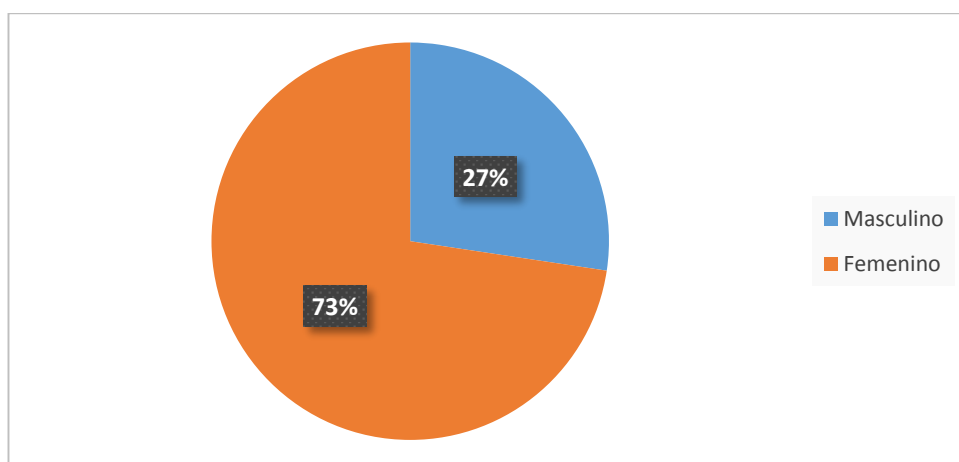
La aplicación de las encuestas da como resultado que el proyecto se encuentra orientado hacia las personas comprendidas en edades desde los 27 y 44 años ya que este es el mercado que más mascotas tiene a su cuidado.

b. Género

Tabla N° 17. Género

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	98	27,30%
Femenino	261	72,70%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 22. Género



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

Análisis

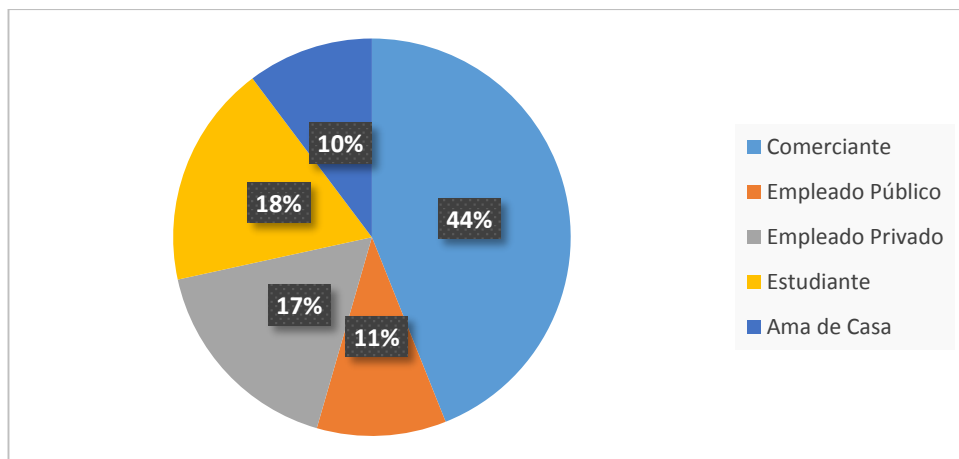
Al establecer los resultados se determinó que la mayoría de las personas que poseen bajo su cuidado a una mascota canina son las mujeres, lo que nos demuestra que ellas son las que están pendiente de las necesidades de los perros.

c. Ocupación

Tabla N° 18. Ocupación

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comerciante	158	44,01%
Empleado Público	38	10,58%
Empleado Privado	61	16,99%
Estudiante	65	18,11%
Ama de Casa	37	10,31%
TOTAL	359	100,00%

Gráfico N° 23. Ocupación



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

Análisis

Al establecer la ocupación a la cual se dedican las personas encuestadas se determina que la mayoría son comerciantes, dándonos un enfoque que dichas personas poseen un negocio propio que les permite cubrir este tipo de necesidades no tan básicas para el ser humano, pero vitales para las mascotas.

3.4. Entrevista dirigida al Ing. Claudio Vaca

Cargo: Promotor Ambiental del Consejo de Salud de Ibarra

1. En promedio ¿Cuántas mascotas tiene una familia en la ciudad de Ibarra?

Según las estadísticas hay de 2 a 3 mascotas por familia en la ciudad.

2. ¿Tiene conocimiento usted de alguna microempresa que de servicios para mascotas?

Hasta el momento los hoteles y los hostales no están direccionados todavía dentro de la ciudad, pero existen tres proyectos que están recabando información para estar acorde a lo que la ley y la ordenanza establecen, pero todos los servicios que usted ofrece no hay juntos dentro de la ciudad.

3. ¿En general cual es la situación real de una mascota en la ciudad de Ibarra?

Hay un promedio según estudios de la Universidad Católica de casi tres mil perros callejeros y callejeras, es un número muy alto que se encuentra en la calle, pero no hay estadísticas específicas de cuantas mascotas existen en Ibarra solo hay sondeos rápidos pero no profundos.

4. ¿Cómo el Consejo de Salud de Ibarra ayuda a este tipo de negocios para mejorar el bienestar de una mascota?

En este caso nosotros como Ordenanza Municipal solo hacemos cumplir la ley ya que no existe otra competencia más, y para ayudarle a mejorar el bienestar de la mascota mediante este negocio es solo hacerles un seguimiento para evitar que incumpla la ordenanza y la ley, ya que no se puede ayudarles de otra manera.

5. ¿Cree usted que la sociedad ibarreña podría atender más a su mascota si se le presta un servicio a domicilio?

Sí, porque Ibarra es un mercado muy bueno en lo que respecta a la venta de animales, y nosotros como autoridades estamos empeñados en regular la venta ilegal y controlar los locales ilegales.

6. ¿Existe áreas geográficas para este tipo de empresa?

Igual que otra empresa o negocio en la ciudad, la microempresa debe registrarse al CERTIFICADO DE USO DE SUELO, otorgado por el Municipio de Ibarra previo a una inspección.

Este certificado lo debe poseer el propietario del negocio sea que arriende o sea propio.

7. Hay algún impedimento legal o normativo para crear una microempresa de servicio para mascotas.

No hay ningún impedimento.

7.1. ¿Qué permisos se necesita para el funcionamiento?

Los permisos que se requiere para el funcionamiento son:

- Certificado de uso de suelo.
- Certificado de Salud que debe poseer cada propietario y cada persona que labora en el lugar
- Certificado del MGP.
- Certificado del SRI.
- Certificado del Municipio.
- Certificado de la inspección de los bomberos para el permiso de funcionamiento.
- Certificado del Ministerio de la Agricultura.
- Certificado del Ministerio de Cultura.

8. ¿Qué campañas de cuidado y rescate de mascotas se están implementando en la ciudad?

En Ibarra se están implementando campañas de esterilización y protección ambiental por parte del Municipio y se están enfocando en las campañas de concientización ya que es lo más importante, lo hace por medio de tours ecológicos y brigadas ambientales y lo que es campañas de rescate animal todavía no se lo realiza en la ciudad pero se apoyan con las fundaciones como PAE y Pocas Pulgas.

9. ¿Cómo cree que la microempresa se una a sus campañas?

Se manejan todo bajo convenios legales, si la microempresa posee una función social como de protección animal se puede vincular bajo convenios legales, de acuerdo con el departamento legal del Municipio.

10. ¿Cómo cree usted que se pueda mejorar la calidad del servicio para las mascotas?

Cumplir cada uno de los artículos de la ordenanza, ya que está creada para el bienestar de la vida animal.

3.5. Demanda del servicio

Para obtener el número de familias en la ciudad de Ibarra se realizó la proyección al 2013 con una tasa de crecimiento poblacional del 2,02% anual (Dato INEC) saliendo como resultado de 23.066, por medio de una inducción de la muestra poblacional, este dato se multiplicó por el porcentaje obtenido de las encuestas (Ver Tabla N° 9 y 1), se sacó la cantidad de perros de toda la población y para finalizar se multiplicó por el número de perros que tiene cada familia, lo cual sale un total de 21.218 perros en la ciudad de Ibarra.

Cuadro N° 24. Demanda del servicio

Nº de Familias	% Encuesta (Pregunta Nº 9)	Clientes	Porcentaje	Perros por familia	Nº Perros x Familia (Pregunta Nº 1)	Cantidad de Perros
23.066	40,67%	9.381	33,70%	3.162	1	3.162
			30,64%	2.874	2	5.749
			16,43%	1.542	3	4.625
			15,60%	1.463	4	5.853
			2,23%	209	5	1.045
			1,39%	131	6	784
Total de perros en la ciudad de Ibarra						21.218

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

Resaltando que el porcentaje de la encuesta se sacó de la pregunta número 9 del estudio de mercado, la misma que indica los servicios más aceptados por parte de los potenciales clientes que fue la peluquería y guardería sumando en total el 40.67%.

3.5.1. Demanda por Razas

Se necesitaba la cantidad de perros por razas, para lo cual, se obtuvo los porcentajes de la tabla N° 2, permitiendo sacar la cantidad de perros por cada tipo de razas.

Cuadro N° 25. Demanda por raza

Total perros	Tipos de razas	%	Perros por raza
21.218	Mestiza	14,76%	3.132
	Enano	22,56%	4.787
	Pequeña	19,50%	4.137
	Mediana	22,56%	4.787
	Grande	11,98%	2.541
	Gigante	8,64%	1.832
TOTAL		100%	21.218

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

La demanda total de mascotas caninas es de 21.218 entre todas las razas existentes en la ciudad de Ibarra.

Tabla N° 19. Demanda

Tipos de razas	Perros por raza
Enano	4.787
Pequeña	4.137
Mediana	4.787
Total	13.712

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

De la demanda total que existe, solo se va atender a las razas: enano, pequeño y mediano, porque este tipo de mascotas caninas tienen las familias que poseen más recursos económicos, es decir que la demanda es de 13.712 mascotas caninas.

3.5.2. Proyección de la demanda

Se tomó la tasa de crecimiento poblacional del 2,02%, para realizar los cálculos de las proyecciones para los siguientes años.

Cuadro N° 26. Proyección de la Demanda

Años	Demanda
2014	13.712
2015	13.989
2016	14.271
2017	14.559
2018	14.854
2019	15.154

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 27. Proyección de la Demanda por tamaño

Años	Enano	Pequeña	Mediana
2014	4.787	4.137	4.787
2015	4.884	4.221	4.884
2016	4.983	4.306	4.983
2017	5.083	4.393	5.083
2018	5.186	4.482	5.186
2019	5.291	4.572	5.291

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

3.6. Análisis de la oferta

Por medio de una ficha de observación se pudo establecer las empresas competidoras y la cantidad que cubren del mercado, vale informar que las empresa competidoras no tienen el servicios de guardería y poseen varias actividades a una diversidad de mascotas, como: venta de animales, venta de ropa, venta de accesorios, venta de comida, teniendo como resultado que solo atienden a 1.584 mascotas caninas en el servicio de peluquería.

Cuadro N° 28. Oferta actual

Empresa competidoras	Dirección	Atención anual Año 2014
SKYLAKY	Bartolomé García y Teodoro Gómez	420
Pet Shop Picapiedra	Teodoro Gómez de la Torre y Antonio Cordero Esquina	180
Mundo Animal	Sánchez y Cifuentes	144
Fashon Canes	Fray Vacas Galindo junto al Gran AKI	240
Perro Manía	Teodoro Gómez y Juan de Salinas	300
Guau	Abelardo Moncayo y Juan José Flores 3-41	300
Total		1.584

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 29. Proyección de la oferta

Años	Oferta
2014	1.584
2015	1.641
2016	1.701
2017	1.763
2018	1.827
2019	1.893

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

Para la proyección se utilizó la tasa de crecimiento de la productividad de las empresas a nivel nacional 3.63% la cual se obtuvo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del año 2014.

3.7. Balance oferta y demanda

Cuadro N° 30. Demanda a satisfacer

Años	Demanda	Oferta	Demanda a Satisfacer
2014	13.712	1.584	12.128
2015	13.989	1.641	12.347
2016	14.271	1.701	12.570
2017	14.559	1.763	12.797
2018	14.854	1.827	13.027
2019	15.154	1.893	13.260

Elaborado por: La Autora

3.8. Análisis de la competencia

Para este punto se toma en cuenta los competidores directos que ofrecen servicios similares a los que se está proponiendo en BURBUJITAS CANINAS. A continuación detallamos los principales competidores para la microempresa:

Foto N° 1. Fashion Canes



Fuente: La Autora

Este establecimiento se lo puede considerar como un competidor directo debido a que su localización se encuentra cercana al lugar donde estará

ubicada BURBUJITAS CANINAS, además ofrece los servicios de peluquería canina y felina, venta de accesorios para mascotas, venta de peces y ayuda a las campañas de adopción.

Foto N° 2. Skylaky



Fuente: La Autora

Skylaky es un establecimiento que proporciona a sus clientes los servicios de peluquería canina como también venta de ropa, accesorios para perros y venta de desinfectantes; siendo por esta razón otro competidor directo debido a que su objetivo está enfocado en el cuidado de la mascota canina. Cooperar con la adopción de perros.

Foto N° 3. Guau



Fuente: La Autora

Guau se dedica a la peluquería canina, la consideramos como un competidor debido a la gran publicidad que posee ya que su propietario es el Payaso Topin y por medio de su arte da a conocer los servicios de cuidado que proporciona a las mascotas canina y demás se enfoca solo a este tipo de mascota.

Foto N° 4. Mundo Canino



Fuente: La Autora

Sus servicios están enfocados a la alimentación y venta de ropa para toda clase de mascotas proporcionando accesorios de alimentación.

Foto N° 5. Mundo Animal



Fuente: La Autora

Este establecimiento tiene mucha acogida debido a la gran variedad de servicios que proporciona como son: peluquería, venta de accesorios, mascotas, alimentos, ropa; considerándolo así como un competidor.

Foto N° 6. Pet Shop Picapiedra



Fuente: La Autora

Este establecimiento proporciona varios servicios como son los de peluquería, venta de alimentos, venta de mascotas, accesorios, acuarios, siendo un competidor para la microempresa.

Foto N° 7. Perro Manía



Fuente: La Autora

Es un establecimiento que presta varios servicios a las mascotas como son: Peluquería, Venta de accesorios, Venta de mascotas, Venta de acuarios, Venta de ropa, Paseos y Educación a mascotas

3.9. Estrategias de comercialización

3.9.1. Servicio

Para comenzar la microempresa ofrecerá dos servicios, peluquería y guardería, los cuales están dirigidos a las razas: enano, pequeña y mediana, ya que los dueños de este tipo de raza son de mayores recursos económicos y pueden destinar una parte de sus ingresos al cuidado de sus perros.

Las otras empresas no tienen identificado claramente sus servicios, no lo brindan adecuadamente, tienen un sin número de mascotas y no se especializan en una sola, por estas razones el servicio que se proporcionará será diferenciado, con calidad y contará con una buena atención para los perros.

3.9.2. Precio

Para poder penetrar en el mercado se establece un precio por los servicios en 30,50 dólares en el año base y para la proyección se utiliza la tasa de crecimiento del 3,67% obtenido del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2014.

Para establecer el precio se utilizó la información de la encuesta, por medio de ésta información salió el precio de mercado $20,00 + 20,00 = 40,00$ dólares y por medio de los costos, gastos del servicio, depreciación y una rentabilidad, se estableció que el precio debe ser de 30,50 por los dos servicios y si piden de forma individual se procederá a cobrar los valores independientes.

Tabla N° 20. Precio de la peluquería

Años	Peluquería
2014	20,00
2015	20,73
2016	21,49
2017	22,28
2018	23,10
2019	23,95

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 21. Precio de la guardería

Años	Guardería
2.014	20,00
2.015	20,73
2.016	21,49
2.017	22,28
2.018	23,10
2.019	23,95

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 31. Precio promocional

Años	Precio por servicios
2014	30,50
2015	31,65
2016	32,84
2017	34,08
2018	35,37
2019	36,70

Elaborado por: La Autora

El mercado potencial estará establecido por la capacidad que tendrá la microempresa para atender a los clientes, ya que se tomará en cuenta a las personas que estén dispuestos a adquirir mascotas caninas y hacerse responsables de ellas.

3.9.3. Plaza

El lugar en donde se va a brindar el servicio es en la ciudad de Ibarra a todas las personas que tengan perros y que tengan la capacidad

económica, además de poseer el gusto y la preferencia de cuidar a la mascota. La plaza se le debe incentivar para que use los servicios por eso se necesita de promociones y publicidad.


3.9.4. Promoción

Por apertura se realizará una promoción, ya que por peluquería cuesta como máximo 20,00 dólares y la guardería a perros que tienen dueños con mayores ingresos es decir las personas que pagarían 20,00 dólares, sumado daría 40,00 dólares, pero el precio será de 30,50 dólares en el año base. También para incentivar a los clientes se les obsequiará adornos para sus mascotas.

3.9.4.1. Medios de comunicación

La microempresa se dará a conocer por los siguientes medios de comunicación que son: televisión, Internet y hojas volantes. Para lo cual utilizará las siguientes publicidades:


Ilustración 1. Internet

BURBU PELU


Un servicio personalizado y rápido para tu mascota

VEN Y PRUEBALO...

Ciudad: Ibarra
Dirección: Fray Vacas
Galindo

GUARDICAN


Elaborado por: La Autora

Ilustración 2. Hojas Volantes

"BURBUJITAS CANINAS"

Te ofrecemos servicios de calidad y oportunos, para tu mascota.




BURBU PELU

Peluquería canina: Servicio de baño, corte de pelo, lavado de oídos, lavado bucal, paticure, y sobre todo un luk original y único.

GURDICAN

Guardería canina: Servicio de cuidado y protección, alimentación y distracción.

Te esperamos en: Fray Vacas Galindo a 20 pasos de la Laguna Mall



Elaborado por: La Autora

Ilustración 3. Spot de Radio

"BURBUJITAS CANINAS"

¡Ha llegado al mercado un nuevo servicio!

¿Sabes cuál es?

Yo te lo diré es el servicio de cuidado para tu mascota "BURBUJITAS CANINA", el cual te ofrece los siguientes servicios: BURBUPELU Y GUARDICAN que te brindan una delicada protección para tu perrito.

Adquiérellos, estamos ubicados en la calle Fray Vacas Galindo a unos 20 pasos de la Laguna Mall.


Están disponibles a toda hora de lunes a domingo y días feriados.

Para reservaciones comunícate a los teléfonos: 0985-12345

Página web: www.burbujitascaninas.com

GUARDICAN

BURBU PELU



Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

4.1. Localización del proyecto

La localización es un factor determinante en la puesta en marcha de la unidad de servicios, como en toda decisión, existe un riesgo inherente, por esta razón se utiliza esta herramienta, para tratar de disminuir el riesgo al máximo posible.

4.1.1. Macro localización

Para la ubicación geográfica de la unidad productiva, es procedente describir el macro lugar de manera deductiva, es decir los lugares grandes hasta llegar a un lugar mediano.



Fuente: (<http://www.imagenesdeposito.com/tags/6/continente+africano+con+nombres+en+espac+c+c.html>, 2015)

Ilustración N° 9. Mapa del Ecuador



Fuente: (<http://www.planificacion.gob.ec/3-niveles-administrativos-de-planificacion/>, 2015)

Ilustración N° 10. Provincia de Imbabura

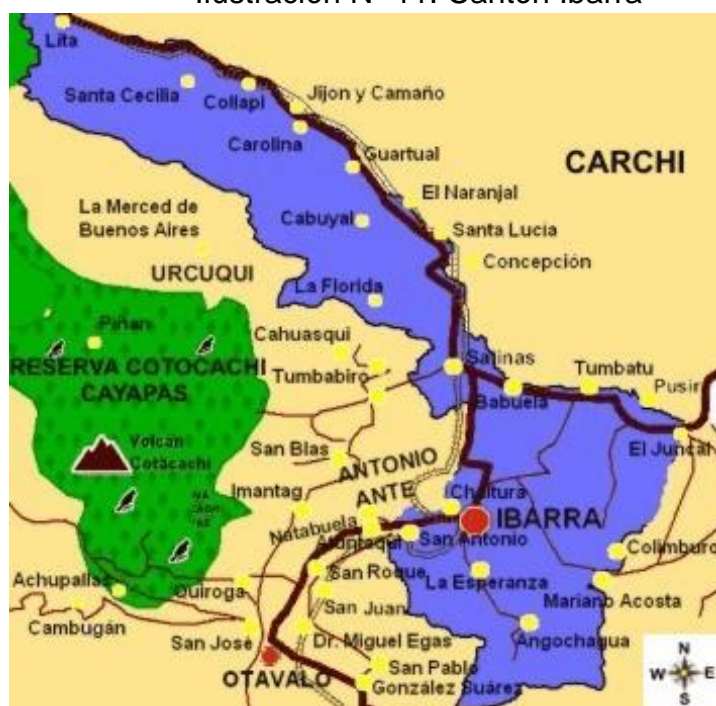


Fuente: (http://en.wikipedia.org/wiki/Imbabura_Province, 2015)

4.1.2. Micro localización

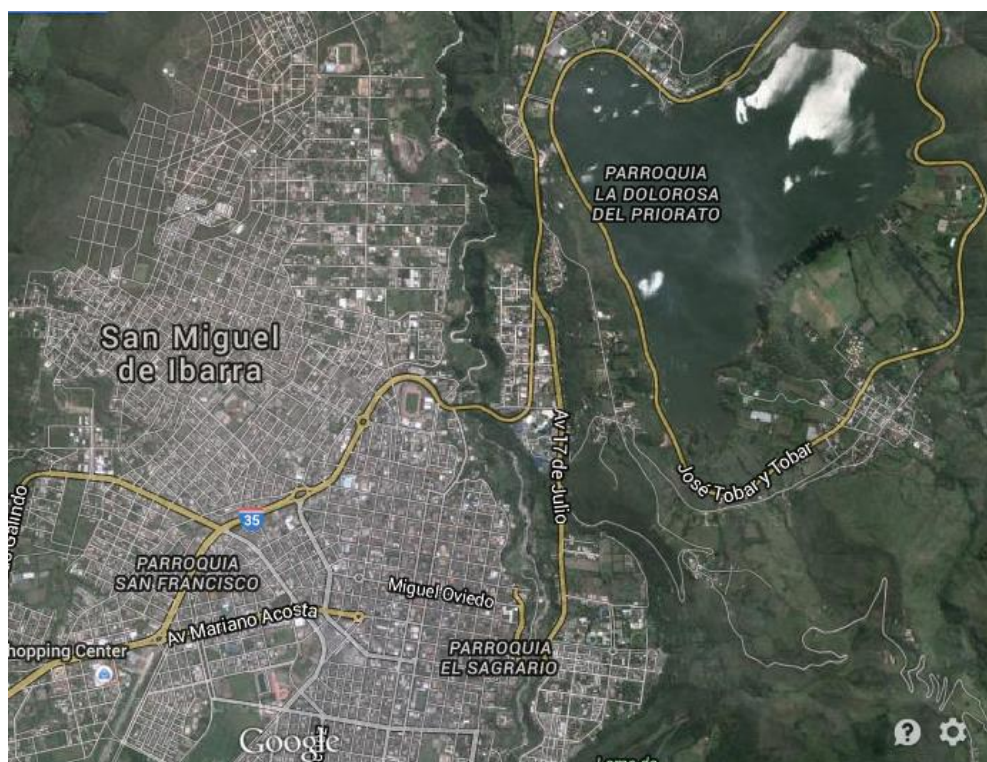
Se realiza la ubicación exacta del lugar donde se va a ubicar la microempresa Burbujitas Caninas

Ilustración N° 11. Cantón Ibarra



Fuente: (<http://www.viajandox.com/imbabura/ibarra-canton.htm>, 2015)

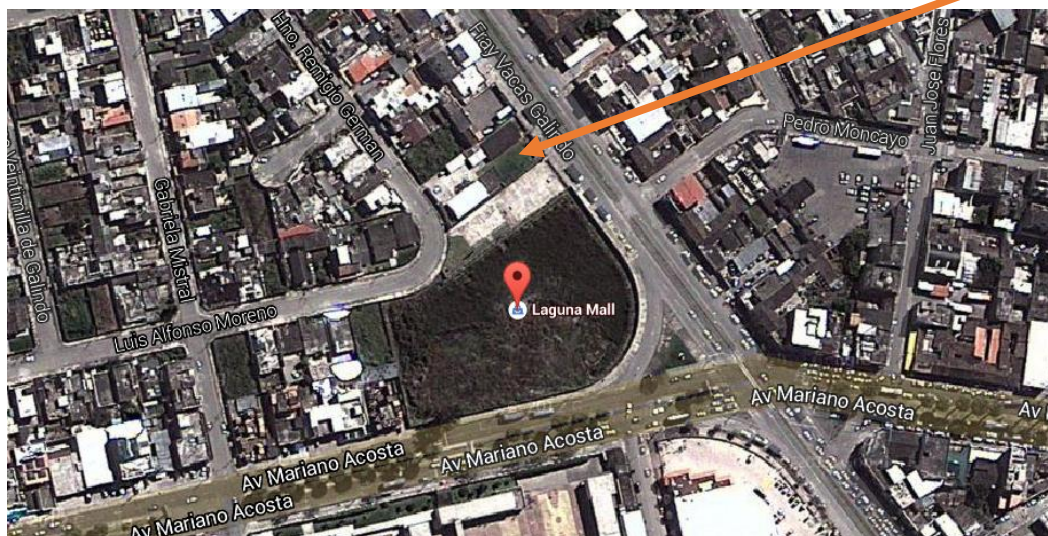
Ilustración N° 12. Ciudad de Ibarra



Fuente. (<https://www.google.com.ec/maps/@0.3620528,-78.1251848,5201m/data=!3m1!1e3>, 2015)

Ilustración N° 13. Localización de la unidad productiva

Local



Fuente. (<https://www.google.com.ec/maps/@0.3620528,-78.1251848,5201m/data=!3m1!1e3>, 2015)

4.1.2.1. Ponderación de la microlocalización

Para la ponderación se escogió tres lugares y en base al análisis de los factores básicos se estableció que el lugar más adecuado e idóneo es junto a la Laguna Mall.

A = Junto de la Laguna Mall (LM)

B = Por el Coliseo Luis Leoro Franco (CLLF)

C = Pílanqui (P)

Tabla N° 22. Ponderación para la localización

FACTORES	Peso	LM		CLLF		P	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Servicios básicos	33%	10	3,28	10	3,28	10	3,28
Infraestructura	33%	9	2,95	7	2,29	8	2,62
Disponibilidad de mano de obra	4%	7	0,28	7	0,28	7	0,28
Cercanía a insumos	8%	9	0,72	8	0,64	7	0,56
Medios de transporte	12%	9	1,08	8	0,96	8	0,96
Ambiente	10%	9	0,90	8	0,80	8	0,80
Total	100%		9,21		8,25		8,50

Elaborado por: La Autora

Servicios básicos

Los servicios básicos en los tres lugares tienen la misma calificación, ya que los tres están en el centro de la ciudad, por tal circunstancia tienen los servicios básicos.

Infraestructura

El local que más se apega a la necesidad de la empresa es el sector de la Laguna Mall, por su espacio necesario para la capacidad y el precio del arriendo.

Disponibilidad de mano de obra

La mano de obra no es especializada, pero se la capacitará en base a las funciones que desempeñen los trabajadores.

Cercanía a insumos

Los lugares más cercanos para comprar los insumos son los dos primeros.

Medios de transporte

Por la Laguna Mall pasa la mayoría de buses urbanos y privado por ser la entrada a la ciudad de Ibarra.

Ambiente

El ambiente más oportuno es el sector de la Laguna Mall, ya que transitan las personas por ser un lugar altamente concurrido.

4.2. Tamaño del proyecto

Tabla N° 23. Tamaño del proyecto

Años	Capacidad instalada	%	Demanda a captar
2014	12.128	17,89%	2.170
2015	12.347	18,39%	2.271
2016	12.570	18,89%	2.374
2017	12.797	19,39%	2.481
2018	13.027	19,89%	2.591
2019	13.260	20,39%	2.704

Fuente: Estudio de mercado

El tamaño del proyecto se base en el estudio económico, ya que para cubrir los costos, gastos administrativos y de ventas, gastos financieros, depreciaciones y con un porcentaje de utilidad, para lo que necesita como mínimo captar esa cantidad de mascotas en la microempresa.

4.2.1. Factores que afectan el tamaño

El factor que afectará la capacidad de la empresa es la infraestructura, ya que si en un momento existe bastante demanda de lo que se tiene planificado no se podrá atender a esos clientes, y para poder aumentar la capacidad instalada se tendrá que arrendar otro lugar que sea más amplio o construir una edificación propia acorde a la demanda existente.

4.2.2. Determinación de la capacidad del proyecto

Tabla N° 24. Capacidad del proyecto

Capacidad	Perros	Días x mes	Meses al año	Perros anuales
Instalada	30	20	12	7.200
Capacidad primer año	9	20	12	2.259
Capacidad quinto año	11	20	12	2.692

Fuente: Estudio técnico

El tamaño del proyecto es de 30 perros al día, por lo tanto multiplicando por 20 días al mes y por doce meses al año se podría atender a 7.200 mascotas como máximo. Para el primer año se estima que se podrá atender aproximadamente a 9 perritos, lo que indica que se va a utilizar el 31% de la capacidad instalada. Satisfaciendo el 17,89% de la demanda insatisfecha.

4.2.2.1. Disponibilidad de recursos financieros

Una parte de los recursos financieros serán de capital propio y el recurso restante será financiado por medio de un crédito a una entidad financiera a una determinada tasa de interés.

4.2.2.2. Fijación de la capacidad

La capacidad de la microempresa para mascotas aumenta o crece, se debe realizar las ampliaciones del caso, ya sea en la misma instalación o si la demanda amerita se podrá abrir otra sucursal.

4.3. Ingeniería del proyecto

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura, propiedad, planta y equipo, recursos humanos, entre otros.

Foto N° 8. Local





Fuente. La Autora

4.3.1. Requerimiento de infraestructura

Ilustración N° 14. Repartición del local arrendado

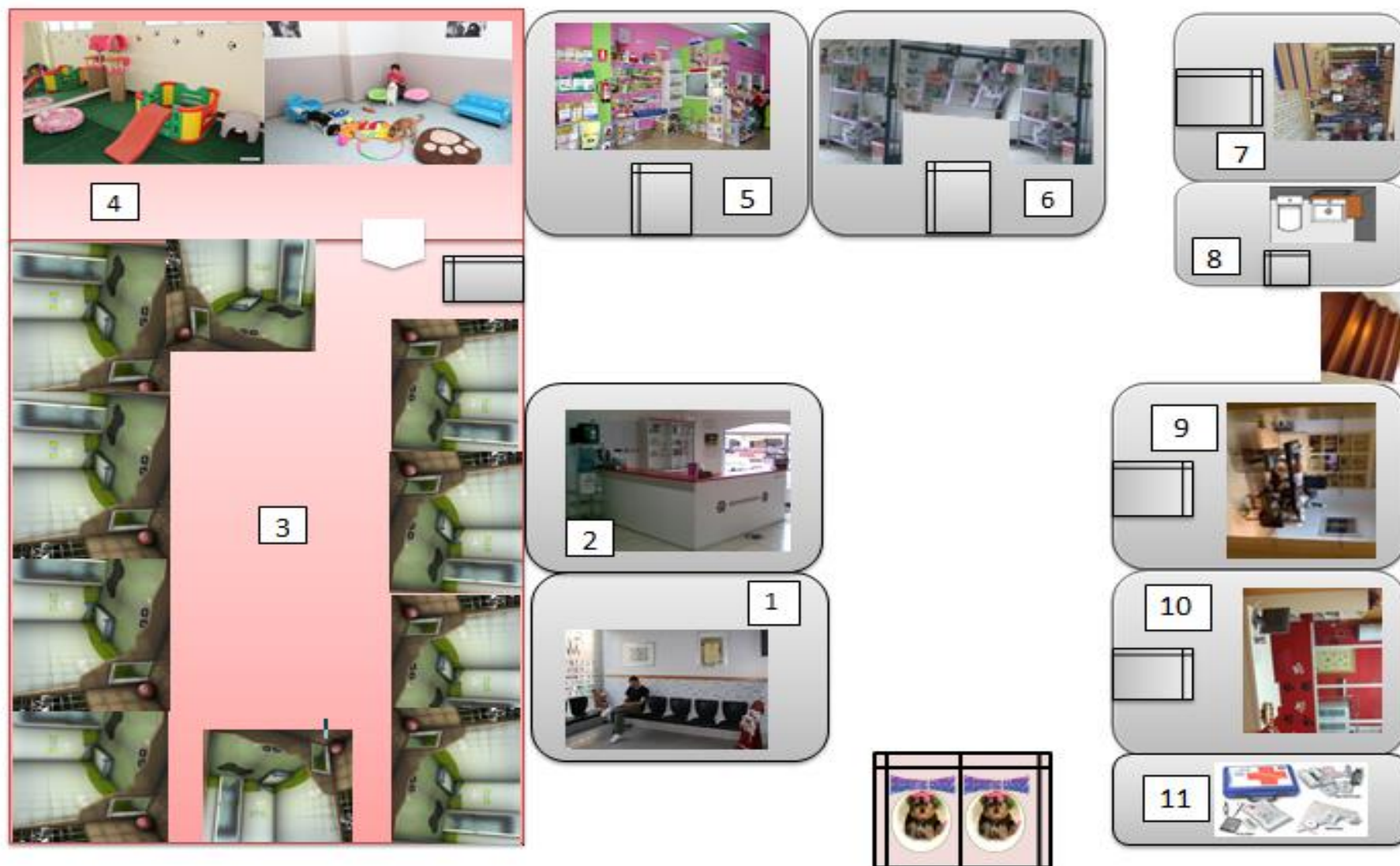


Ilustración N° 15. Segundo Piso



14



13



15



12



Elaborado por: La Autora










Tabla N° 25. Distribución de cada área

Numero	Especificación	Áreas
Primer Piso		
1	Sala de espera	7,5 m2
2	Recepción	7,5 m2
3	Guardería Canina	29 m2
4	Área de Recreación Canina	16 m2
5	Almacenamiento de alimento	8 m2
6	Almacenamiento de Útiles de Aseo	8 m2
7	Bodega	5 m2
8	Baños	2 m2
9	Área de administración	4,5 m2
10	Área Contable	4,5 m2
11	Área de Emergencia	3 m2
Segundo Piso		
12	Recepción de Peluquería	4,5 m2
13	Área de Baño	3 m2
14	Área de Corte	4,5 m2
15	Área de Limpieza y Manicure	4,5 m2

Elaborado por: La Autora

4.3.2. Flujo de procesos

Ilustración N° 16. Símbolos

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio o fin del proceso
	Etapas del proceso (actividad a desarrollar)
	Entrada procedente de otro proceso del SGIC
	Salida del proceso (evidencia documental)
	Decisión
	Proceso preestablecido
	Elementos del entorno (normativas) a considerar para el desarrollo de una actividad
	Conector con otra etapa del proceso
	Conector con otra página de la descripción del proceso

4.3.2.1. Proceso general

Ilustración N° 17. Flujograma de procesos



Elaborado por: La Autora

Espera del turno

Si se tiene un flujo alto de clientes se debe dar el turno en base a la llegada del cliente, sin tener preferencia alguna.

Atención al cliente.

Ofrecer la información precisa al cliente, respondiendo toda clase de pregunta con la atención del caso.

Solicita el servicio y realiza el pago total.

Especificar cuál es el servicio que necesita y luego receptar el pago del servicio solicitado, esto se lo hará directamente en el departamento de contabilidad.

Ingreso al servicio que solicitó.

Entrega de los perritos al personal encargado, explicando en la orden lo que requiere el cliente.

Se entrega a la mascota después de la peluquería.

Si piden el servicio de peluquería se entrega en base a las especificaciones establecidas en la orden del servicio.

O se entrega después de cumplir el tiempo de guardería.

La entrega debe ser después de un día como mínimo, asegurándose de que este bien atendido y alimentado.

Se entrega la factura al cliente

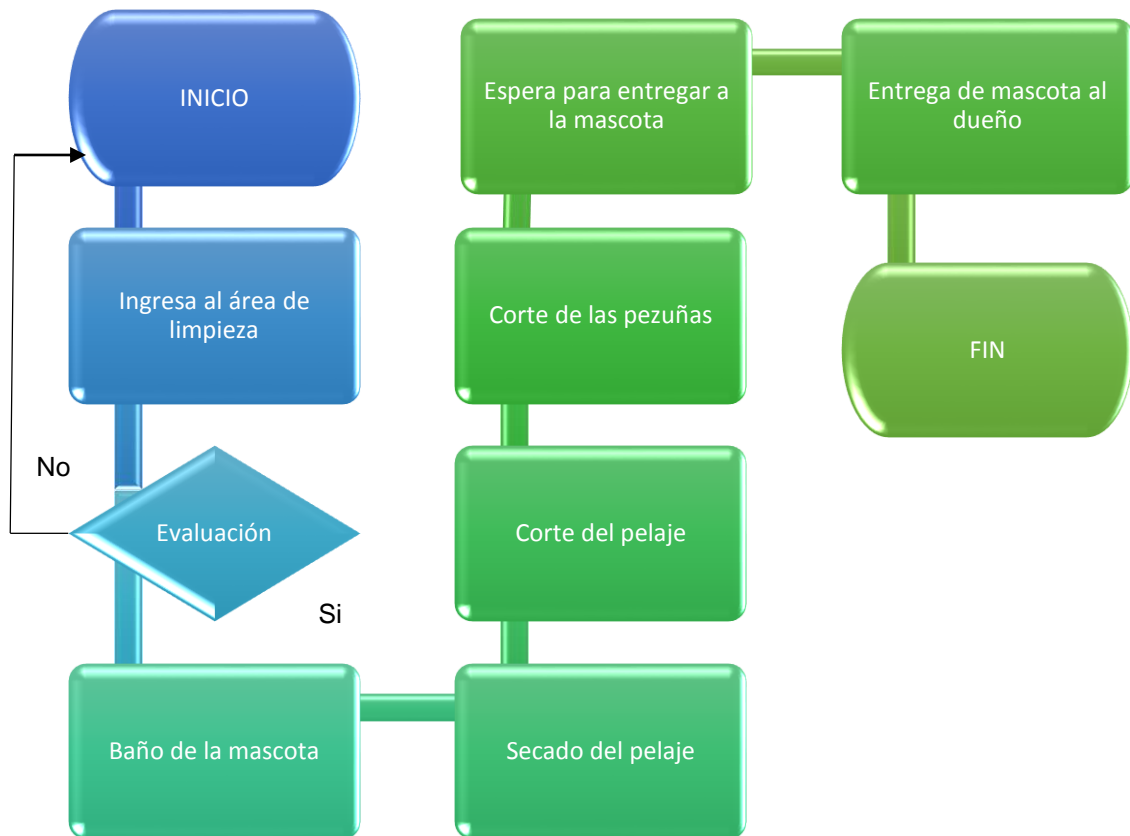
Se entrega la factura, especificando el servicio y desglosando cada rubro.

Pregunta el grado de satisfacción del cliente.

Preguntar al cliente si se realizó el servicio acorde a sus especificaciones o necesidades.

4.3.2.2. Flujograma de limpieza y peluquería

Ilustración N° 18. Limpieza



Elaborado por: La Autora

Ingresa al área de limpieza

Llevar al perro con el equipo necesario, para proteger al trabajador y a la mascota.

Limpieza de la mascota

Se procede a bañarlo, con los utensilios de aseo, para quitar toda clase de parásito, dejarlo limpio.

Secado del pelaje

Se solicita el equipo necesario (secadora y cepillo) para realizar el secado del pelaje del perro.,

Corte del pelaje

Se solicita el equipo necesario (máquina para cortar el pelo, cepillos) para realizar el corte requerido por el dueño del perro.

Corte de las pesuñas

Se solicita el equipo necesario (pinzas, lima), para poder realizar la limpieza.

Espera para entregar a la mascota

Dejar a la mascota en el área de guardería que le corresponde hasta que llegue el dueño.

Entrega de mascota al dueño

Se entrega al dueño con todos los servicios que solicito para su mascota.

4.3.2.3. Flujograma de guardería

Ilustración N° 19. Guardería



Elaborado por: La Autora

Ingresa al área de limpieza

Se realiza el proceso anteriormente expuesto.

Ingresa al sector de guardería

Luego se hace la entrega al sector de la guardería.

Se da la alimentación y agua

Se procede a poner los alimentos en cada recipiente, poniendo la cantidad requerida con su cantidad de agua fresca.

Limpieza de los excrementos (si lo necesita)

Luego se procede a recoger los excrementos de cada uno de los perros.

Se pasea a la mascota

En la mañana se procede a realizar la caminata, con los implementos de seguridad necesarios para cuidar la integridad de la persona y la mascota canina.

4.3.2.4. Flujograma de adopción

Ilustración N° 20. Flujograma de adopción



Elaborado por: La Autora

Se le buscará un hogar

Un tiempo máximo de búsqueda será de 1 mes, para poder encontrar amos para las mascotas que se atenderá, como ayuda a la sociedad.

Entrega de mascota al dueño en el caso de encontrarlo

Se entregará a las mascotas caninas, con todos los certificados de vacunas, esterilizado y con una muy buena salud. En caso de no encontrar hogar se enviará a las fundaciones existentes en la ciudad.

4.3.2.5. Proceso veterinario

El proceso veterinario estará en base al profesional que se contrate, debido a que sus servicios son externos, pero la función del propietario es vigilar que se cumpla de la mejor manera el servicio que se dé a los perros.

Nota: Cada uno de los procesos se podrá mejorar en base a las necesidades de los trabajadores, analizando muy detenidamente cada aspecto, con el fin de ser más eficientes y brindar una mejor atención a los clientes y que cada dueño se vaya satisfecho por el trabajo realizado.

4.3.3. Presupuesto técnico

4.3.3.1. Propiedad, planta y equipo

- Arrendamiento de edificio

La infraestructura será arrendada, por 1.000 dólares mensuales por lo tanto no es parte del presupuesto técnico

a) Planta

Los equipos se comprarán en la localidad, tratando de dinamizar la economía del cantón, lo que permitirá que los trabajadores de esas empresas a las que se van adquirir los equipos siga en el mercado.

Tabla N° 26. Muebles de Administración

Muebles administrativos	Q	Precio	Precio Total
Archivador	1	80,00	80,00
Silla de Contadora	1	50,00	50,00
Silla de Gerencia	1	210,00	210,00
Modular de tres sillas	2	130,00	260,00
Escritorio Contadora	1	220,00	220,00
Escritorio de gerente propietario	1	720,00	720,00
Total			1.540,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Los muebles se utilizarán en el área administrativa, procurando que el lugar sea confortable para los dueños de las mascotas y que las transacciones productivas se lleven de la mejor manera.

b) Equipos

Tabla N° 27. Equipos

Equipos	Q	Precio	Precio Total
Lavadora	1	480,00	480,00
Mesa de peluquería	3	200,00	600,00
Tina de baño	3	350,00	1.050,00
Mesa de recepción	1	132,00	132,00
Total			2.262,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Estos equipos servirán para que las mascotas estén muy bien atendidas y por ende los trabajadores puedan realizar su trabajo de una manera relativamente fácil y eficazmente productiva.

c) Equipo tecnológico

Tabla N° 28. Equipo tecnológico

Equipo de Computo	Q	Precio	Precio Total
Computadores	2	800,00	1.600,00
Registradora	1	380,00	380,00
Total			1.980,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

El equipo de cómputo es una tecnología que no debe faltar en una unidad de servicios, la cual por normas contables se deprecia en tres años, por lo tanto se debe realizar una inversión en el cuarto año de un nuevo equipo de cómputo.

d) Resumen de propiedad planta y equipo

El resumen de la inversión fija es uno de los componentes de la inversión total que se necesita para poner en marcha la microempresa.

Tabla N° 29. Propiedad planta y equipo

Propiedad, planta y equipos	Monto
Muebles administrativos	1.540,00
Equipos	2.262,00
Equipo de Tecnológico	1.980,00
Total	5.782,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

4.3.3.2. Gasto constitución

Tabla N° 30. Gasto constitución

Activos intangibles	Q	Precio	Precio Total
Estudio de factibilidad	1	225,00	225,00
Adecuaciones del local	1	5.000,00	5.000,00
Gastos de patente, bomberos y salud.	1	100,00	100,00
Total			5.325,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

La microempresa al ser jurídicamente de una persona natural, se procederá a pagar los diferentes trámites que se necesita para que esté legalmente constituida.

4.3.4. Talento humano

El personal que se va a contratar es el contador/a, tres personas que ayuden en el área operativa y el propietario.

Tabla N° 31. Personal necesario para el proyecto

Cargo	Cantidad	Salario	Meses	Total Anual
Gerente propietario	1	550,00	12	6.600,00
Contador/a	1	450,00	12	5.400,00
Personal de atención de mascotas	3	380,00	12	13.680,00
Total	5	1.380,00	36	25.680,00

Elaborado por: La Autora

4.3.4.1. Capital de trabajo

El capital de trabajo se calculó en el estudio financiero y solo se tomó en cuenta los costos directos, gastos administrativos y gastos por ventas, el cual deben poner el accionista para por lo menos pagar el primer mes de funcionamiento.

Tabla N° 32. Implementos de aseo

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Juego de Cepillos de peinar	1	62,98	62,98
Collares	20	10,37	207,34
Secadora	3	259,18	777,53
Juegos de limpieza (Corta uñas,etc.)	5	41,47	207,34
Shampoo (Galón)	91	22,81	2.071,49
Máquina de cortar pelo	3	88,12	264,36
Toalla para mascotas	30	16,59	497,62
Cunero	30	22,29	668,67
Platos para mascotas	30	11,40	342,11
Total			5.099,43

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 33. Servicios del veterinario y equipamiento del personal

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Veterinario por servicios	12	207,34	2.488,08
Cubre bocas	6	17,11	102,63
Pares Guantes	6	3,11	18,66
Delantales de caucho	6	7,26	43,54
Botas de caucho	3	8,29	24,88
Equipo de aseo (Escoba y trapeador)	3	3,63	10,89
Equipo de aseo recogedor y basurero	3	19,18	57,54
Materiales de aseo caneca (deja, desinfectantes, cloro)	3	101,60	304,79
Total			3.051,01

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 34. Costo de mano de obra directa mensual

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Personal de atención de mascotas	3	414,57	1.243,72

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 35. Costo de mano de obra directa anual

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Mensual de M.O.D.	12	1.243,72	14.924,61

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 36. Costo de mano de obra directa con beneficios

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Salario Básico Anual	1	14.924,61	14.924,61
Aporte Patronal 12,15%	12,15%	14.924,61	1.813,34
Fondos de Reserva 8,33%	0,00%	0,00	0,00
13° Sueldo	1	1.243,72	1.243,72
14° Sueldo	1	1.112,80	1.112,80
Total			19.094,47

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 37. Costos indirectos

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Energía eléctrica Kw / h	1.800	0,13	242,59
Agua Metros Cúbicos	32	0,12	3,96
Total			246,55

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 38. Gastos por sueldo mensual del área administrativa

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Gerente propietario	1	600,04	600,04
Contador/a	1	490,94	490,94
Total			1.090,98

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 39. Gastos por sueldo anual del área administrativa

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Costo Salario Anual	12	1.090,98	13.091,76

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 40. Gasto del personal administrativo con aportes al IESS

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Salario Básico Anual	1	13.091,76	13.091,76
Aporte Patronal 12,15%	12,15%	13.091,76	1.590,65
Fondos de Reserva 8,33%	0	0,00	0,00
13° Sueldo	1	1.090,98	1.090,98
14° Sueldo	1	741,87	741,87
Total			16.515,26

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 41. Gastos generales

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Teléfono	2.400,00	0,11	273,69

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 42. Gastos en materiales de oficina

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Tinta para Impresora	6	4,15	24,88
Papel Resma (Unidades)	6	3,52	21,15
Juego de (Perforadora, grapadora y papelera)	1	21,77	21,77
Arriendo	12	1.036,70	12.440,40
Total			12.508,20

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 43. Gastos de ventas

Detalle	Cantidad	P / U	Total
Televisión	12	293,76	3.525,11
Internet y hojas volantes	60	57,02	3.421,11
Total			6.946,22

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 44. Gasto de financiero

PERÍODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Año Base	-	-	-	\$ 10.000,00
Año 1	\$ 2.540,80	\$ 1.627,99	\$ 912,80	\$ 8.372,01

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 45. Capital de Trabajo

Costos y Gastos del Servicio	Mensual	Anual
Implementos de aseo	424,95	5.099,43
Servicios del veterinario y equipamiento del personal	254,25	3.051,01
Mano de Obra Directa	1.591,21	19.094,47
Costos Indirectos	20,57	246,80
Mano de Obra del Área Administrativa	1.376,27	16.515,26
Gastos Generales de Administración	22,81	273,69
Gastos de Materiales de Oficina	1.042,35	12.508,20
Gastos por ventas	578,85	6.946,22
Gastos Financieros	76,07	912,80
Total	5.387,32	64.647,89

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

4.3.5. Financiamiento

Tabla N° 46. Financiamiento

Detalle	Monto	%
Capital	\$ 6.494,32	39,37%
Financiamiento	\$ 10.000,00	60,63%
Total	\$ 16.494,32	100,00%

Elaborado por: La Autora

Se busca el financiamiento en la Corporación Financiera Nacional en el programa de primer piso es decir menos de 50.000 dólares, que tienen las instituciones financieras del mercado como Banco Procredit.

4.3.6. Inversión del proyecto

La inversión del proyecto es de 16.494.32 dólares subdividido en compra de propiedad, planta y equipo, los activos intangibles y el capital de trabajo que se necesita para pagar, compara a los trabajadores, insumos, gastos administrativos y de ventas del primer mes.

Tabla N° 47. Inversión del proyecto

Detalle	Valor total
Propiedad, planta y equipos	5.782,00
Activos intangibles	5.325,00
Capital de Trabajo	5.387,32
Total Inversión	16.494,32

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. Estudio Económico Financiero

5.1. Ingresos

Tabla N° 48. Ventas proyectadas

Servicios	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Perros enanos, pequeños y medianos	2.158	2.259	2.362	2.469	2.579	2.692
Precio	30,50	31,62	32,78	33,98	35,23	36,52
Venta total	65.807,88	71.416,58	77.441,98	83.912,60	90.858,75	98.312,72
Atención a perros callejeros	12	12	12	12	12	12
Precio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Venta total	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Ingresos	\$ 65.807,88	\$ 71.416,58	\$ 77.441,98	\$ 83.912,60	\$ 90.858,75	\$ 98.312,72

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Para incursionar en el mercado se dará una promoción, en donde están los dos servicios a un precio de 30,50 dólares en el primer año.

5.2. Egresos

5.2.1. Costos del servicio

5.2.1.1 Implementos de aseo

Las mascotas necesitan diferentes utensilios de aseo y materiales propios de ellos, para poder controlar el aseo y la limpieza de cada animal, lo cual es obligación de la empresa tenerlos bien aseados.

Tabla N° 49. Implemento de aseo

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Juego de Cepillos de peinar	1	1	1	1	1	1
Precio unitario	60,75	62,98	65,29	67,69	70,17	72,75
Costo Total	60,75	62,98	65,29	67,69	70,17	72,75
Collares	20	20	2	2	2	3
Precio unitario	10,00	10,37	10,75	11,14	11,55	11,97
Costo Total	200,00	207,34	24,35	26,38	28,57	30,91
Secadora	3	3	3	3	3	3
Precio unitario	250,00	259,18	268,69	278,55	288,77	299,37
Costo Total	750,00	777,53	806,06	835,64	866,31	898,10
Juegos de limpieza (Corta uñas,etc.)	5	5	5	5	5	5
Precio unitario	40,00	41,47	42,99	44,57	46,20	47,90
Costo Total	200,00	207,34	214,95	222,84	231,02	239,49
Shampoo (Galón)	87	91	95	99	104	108
Precio unitario	22,00	22,81	23,64	24,51	25,41	26,34
Costo Total	1.909,28	2.071,49	2.245,74	2.432,85	2.633,70	2.849,21
Máquina de cortar pelo	3	3	3	3	3	3
Precio unitario	85,00	88,12	91,35	94,71	98,18	101,79
Costo Total	255,00	264,36	274,06	284,12	294,55	305,36
Toalla para mascotas	30	30	5	5	5	5
Precio unitario	16,00	16,59	17,20	17,83	18,48	19,16
Costo Total	480,00	497,62	85,98	89,14	92,41	95,80
Cunero	30	30	5	5	5	5
Precio unitario	21,50	22,29	23,11	23,96	24,83	25,75
Costo Total	645,00	668,67	115,54	119,78	124,17	128,73
Platos para mascotas	30	30	5	5	5	5
Precio unitario	11,00	11,40	11,82	12,26	12,71	13,17
Costo Total	330,00	342,11	59,11	61,28	63,53	65,86
Costo Total de Implementos	4.830,03	5.099,43	3.891,08	4.139,71	4.404,41	4.686,21

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.2.1.2 Servicios del veterinario y equipamiento del personal

Tabla N° 50. Servicios del veterinario y equipamiento del personal

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Veterinario por servicios	12	12	12	12	12	12
Precio unitario	200,00	207,34	214,95	222,84	231,02	239,49
Costo Total	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19	2.873,93
Cubre bocas	6	6	2	2	2	2
Precio unitario	16,50	17,11	17,73	18,38	19,06	19,76
Costo Total	99,00	102,63	35,47	36,77	38,12	39,52
Pares Guantes	6	6	6	6	6	6
Precio unitario	3,00	3,11	3,22	3,34	3,47	3,59
Costo Total	18,00	18,66	19,35	20,06	20,79	21,55
Delantales de caucho	6	6	6	6	6	6
Precio unitario	7,00	7,26	7,52	7,80	8,09	8,38
Costo Total	42,00	43,54	45,14	46,80	48,51	50,29
Botas de caucho	3	3	3	3	3	3
Precio unitario	8,00	8,29	8,60	8,91	9,24	9,58
Costo Total	24,00	24,88	25,79	26,74	27,72	28,74
Equipo de aseo (Escoba y trapeador)	3	3	3	3	3	3
Precio unitario	3,50	3,63	3,76	3,90	4,04	4,19
Costo Total	10,50	10,89	11,28	11,70	12,13	12,57
Equipo de aseo recogedor y basurero	3	3	3	3	3	3
Precio unitario	18,50	19,18	19,88	20,61	21,37	22,15
Costo Total	55,50	57,54	59,65	61,84	64,11	66,46
Materiales de aseo caneca (deja, desinfectantes, cloro)	3	3	3	3	3	3
Precio unitario	98,00	101,60	105,33	109,19	113,20	117,35
Costo Total	294,00	304,79	315,98	327,57	339,59	352,06
Total de servicios y equipamiento	2.943,00	3.051,01	3.092,05	3.205,52	3.323,17	3.445,13

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Se pagará al veterinario mensualmente la cantidad de 200 dólares y en al año se pagará en total 2.400 dólares.

5.2.1.1. Mano de obra directa

Tabla N° 51. Tasa de crecimiento en el mercado laboral

Datos H.	SBU
2010	240,00
2011	264,00
2012	292,00
2013	318,00
2014	340,00
TC	9,10%

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{\text{Último dato}}{\text{Primer dato}}} - 1$$

$$i = \sqrt[5-1]{\frac{340}{240}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{1,41667} - 1$$

$$i = 1,09098 - 1 = 0,09098 \times 100 = 9,10$$

Tabla N° 52. Costo de mano de obra directa mensual

Cargo	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal de atención de mascotas	3	3	3	3	3	3
Salario	380,00	414,57	452,29	493,44	538,33	587,31
Mensual de M.O.D.	1.140,00	1.243,72	1.356,87	1.480,32	1.615,00	1.761,93

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

$$Sp = Sa (1 + i)^n$$

$$Sp = 380 (1 + 0,091)^1$$

$$Sp = 380 (1,091)^1$$

$$Sp = 380 \times 1,091 = 414,57$$

Tabla N° 53. Costo de mano de obra directa anual

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Meses en el año	12	12	12	12	12	12
Mensual de M.O.D.	1.140,00	1.243,72	1.356,87	1.480,32	1.615,00	1.761,93
Costo Salario Anual	13.680,00	14.924,61	16.282,46	17.763,84	19.380,00	21.143,20

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 54. Costo de mano de obra directa con beneficios

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario Básico Anual	13.680,00	14.924,61	16.282,46	17.763,84	19.380,00	21.143,20
Aporte Patronal 12,15%	1.662,12	1.813,34	1.978,32	2.158,31	2.354,67	2.568,90
Fondos de Reserva 8,33%			1.356,87	1.480,32	1.615,00	1.761,93
13° Sueldo	1.140,00	1.243,72	1.356,87	1.480,32	1.615,00	1.761,93
14° Sueldo	1.020,00	1.112,80	1.214,04	1.324,50	1.445,00	1.576,47
Total Mano de Obra Directa	17.502,12	19.094,47	22.188,56	24.207,28	26.409,67	28.812,43

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.2.1.2. Costos indirectos

Tabla N° 55. Costos indirectos

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica Kw / h	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Precio unitario	0,13	0,13	0,14	0,14	0,15	0,16
Costo Total	234,00	242,59	251,49	260,72	270,29	280,21
Agua Metros Cúbicos	31,93	33,44	34,98	36,58	38,22	39,90
Precio unitario	0,12	0,12	0,13	0,13	0,14	0,14
Costo Total	3,83	4,16	4,51	4,89	5,30	5,73
Total de Costos Indirectos	237,83	246,75	256,00	265,61	275,59	285,94

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Los costos indirectos de fabricación o mejor conocidos como CIF, en este proyecto se necesitan de la luz y el agua, calculada por la estimación de necesidades diarias.

5.2.1.3. Resumen de los costos

Tabla N° 56. Resumen de los costos del servicio

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Implementos de aseo	4.830,03	5.099,43	3.891,08	4.139,71	4.404,41	4.686,21
Servicios del veterinario y equipamiento del personal	2.943,00	3.051,01	3.092,05	3.205,52	3.323,17	3.445,13
Mano de Obra Directa	17.502,12	19.094,47	22.188,56	24.207,28	26.409,67	28.812,43
Costos Indirectos	237,88	246,80	256,06	265,67	275,65	286,01
Total Costos directos	25.513,03	27.491,71	29.427,74	31.818,19	34.412,90	37.229,77

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.2.2. Gastos administrativos

5.2.2.1. Sueldos del área administrativa

Tabla N° 57. Gastos por sueldo mensual del área administrativa

Cargo	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente propietario	550,00	600,04	654,63	714,19	779,17	850,06
Contador/a	450,00	490,94	535,61	584,34	637,50	695,50
Sueldo Salario Administrativo	1.000,00	1.090,98	1.190,24	1.298,53	1.416,67	1.545,56

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

El o la trabajadora del personal administrativo es el contador y el propietario, los que recibirán un sueldo por sus servicios.

Tabla N° 58. Gastos por sueldo anual del área administrativa

Mensual de M.O.D.	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Salario Anual	12	12	12	12	12	12
Mensual S.A.	1.000,00	1.090,98	1.190,24	1.298,53	1.416,67	1.545,56
Salario Administrativo Anual	12.000,00	13.091,76	14.282,86	15.582,32	17.000,00	18.546,67

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 59. Gasto del personal administrativo con aporte al IESS

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario Básico Anual	12.000,00	13.091,76	14.282,86	15.582,32	17.000,00	18.546,67
Aporte Patronal 12,15%	1.458,00	1.590,65	1.735,37	1.893,25	2.065,50	2.253,42
Fondos de Reserva 8,33%			1190,24	1298,53	1416,67	1545,56
13° Sueldo	1.000,00	1.090,98	1.190,24	1.298,53	1.416,67	1.545,56
14° Sueldo	680,00	741,87	809,36	883,00	963,33	1050,98
Total Talento Humano Administrativo	15.138,00	16.515,26	19.208,06	20.955,62	22.862,17	24.942,17

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.2.2.2. Gastos generales de administración

Tabla N° 60. Gastos generales

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Teléfono	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Precio unitario	0,11	0,11	0,12	0,12	0,13	0,13
Costo Total	264,00	273,69	283,73	294,15	304,94	316,13
Total Gastos Generales de Administración	264,00	273,69	283,73	294,15	304,94	316,13

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.2.2.3. Gastos de materiales de oficina

Tabla N° 61. Gastos en materiales de oficina

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tinta para Impresora	6	6	6	6	6	6
Precio unitario	4,00	4,15	4,30	4,46	4,62	4,79
Costo Total	24,00	24,88	25,79	26,74	27,72	28,74
Papel Resma (Unidades)	6	6	6	6	6	6
Precio unitario	3,40	3,52	3,65	3,79	3,93	4,07
Costo Total	20,40	21,15	21,92	22,73	23,56	24,43
Juego de (Perforadora, grapadora y papelería)	2	1	1	1	1	1
Precio unitario	21,00	21,77	22,57	23,40	24,26	25,15
Costo Total	42,00	21,77	22,57	23,40	24,26	25,15
Arriendo	12	12	12	12	12	12
Precio unitario	1.000,00	1.036,70	1.074,75	1.114,19	1.155,08	1.197,47
Costo Total	12.000,00	12.440,40	12.896,96	13.370,28	13.860,97	14.369,67
Total Materiales de Oficina	12.086,40	12.508,20	12.967,25	13.443,15	13.936,51	14.447,98

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Los materiales de oficina ayudan en la operación administrativa, para atender de mejor manera a los clientes.

5.2.2.4. Resumen de los gastos administrativos

Tabla N° 62. Resumen de gastos administrativos

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra del Área Administrativa	15.138,00	16.515,26	19.208,06	20.955,62	22.862,17	24.942,17
Gastos Generales de Administración	264,00	273,69	283,73	294,15	304,94	316,13
Gastos de Materiales de Oficina	12086,40	12508,20	12967,25	13443,15	13936,51	14447,98
Total Gastos Administrativos	27.488,40	29.297,15	32.459,05	34.692,91	37.103,62	39.706,29

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.2.3. Gastos de ventas

Tabla N° 63. Gastos de ventas

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Televisión	12	12	12	12	12	12
Precio unitario	283,36	293,76	304,54	315,72	327,30	339,32
Costo Total	3.400,32	3.525,11	3.654,48	3.788,60	3.927,64	4.071,79
Internet y hojas volantes	60	60	60	60	60	60
Precio unitario	55,00	57,02	59,11	61,28	63,53	65,86
Costo Total	3.300,00	3.421,11	3.546,66	3.676,83	3.811,77	3.951,66
Total Gasto de Publicidad	6.700,32	6.946,22	7.201,15	7.465,43	7.739,41	8.023,45

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Se invertirá en spots publicitarios de la microempresa como es la televisión pero en el internet se procederá a sacar por el correo electrónico, Facebook y twitter.

5.3. Tabla de amortización

Tabla N° 64. Datos para el cálculo de la tabla de amortización

Interés	9,85%
Plazo	5
Crédito	10.000,00

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 65. Tabla de amortización consolidada o anual

PERÍODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Año Base	-	-	-	\$ 10.000,00
Año 1	\$ 2.540,80	\$ 1.627,99	\$ 912,80	\$ 8.372,01
Año 2	\$ 2.540,80	\$ 1.795,79	\$ 745,01	\$ 6.576,22
Año 3	\$ 2.540,80	\$ 1.980,89	\$ 559,91	\$ 4.595,33
Año 4	\$ 2.540,80	\$ 2.185,06	\$ 355,74	\$ 2.410,27
Año 5	\$ 2.540,80	\$ 2.410,27	\$ 130,53	\$ 0,00

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.4. Depreciaciones

Tabla N° 66. Datos para depreciar

Propiedad, planta y equipos	Monto	Reinversión	% Salvamento	Rubro de Salvamento	Rubro Depreciable	Años a Depreciar
Muebles administrativos	1.540		10%	154,00	1.386,00	10
Equipos	2.262		10%	226,20	2.035,80	10
Equipo de Tecnológico	1.980	2206,10	10%	198,00	1.782,00	3
Total				220,61	1.985,49	

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 67. Depreciación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Muebles administrativos	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60
2. Equipos	203,58	203,58	203,58	203,58	203,58
3. Equipos de cómputo	594,00	594,00	594,00	661,83	661,83
Total Depreciaciones	936,18	936,18	936,18	1.004,01	1.004,01

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

La depreciación no es la misma desde el cuarto año ya que se reinvierte en una nueva computadora por lo tanto la depreciación tiene un alza en los dos últimos años.

5.5. Resumen de egresos proyectados

Tabla N° 68. Resumen de egresos proyectados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Implementos de aseo	5.099,43	3.891,08	4.139,71	4.404,41	4.686,21
Servicios del veterinario y equipamiento del personal	3.051,01	3.092,05	3.205,52	3.323,17	3.445,13
Mano de Obra Directa	19.094,47	22.188,56	24.207,28	26.409,67	28.812,43
Costos Indirectos	246,80	256,06	265,67	275,65	286,01
Gastos Administrativos	29.297,15	32.459,05	34.692,91	37.103,62	39.706,29
Gastos de Ventas	6.946,22	7.201,15	7.465,43	7.739,41	8.023,45
Gastos Financieros	912,80	559,91	355,74	130,53	0,00
Gasto Depreciación	936,18	745,01	559,91	355,74	130,53
Total Egresos Proyectados	65.584,07	70.392,86	74.892,19	79.742,20	85.090,04

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.6. Estado de resultados

Tabla N° 69. Estado de resultados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	71.416,58	77.441,98	83.912,60	90.858,75	98.312,72
EGRESOS					
(-) COSTOS DIRECTOS DE OPERACIÓN	27.491,71	29.427,74	31.818,19	34.412,90	37.229,77
(=) UTILIDAD BRUTA	43.924,87	48.014,24	52.094,41	56.445,85	61.082,95
(-) OTROS GASTOS					
Gasto Administrativo	29.297,15	32.459,05	34.692,91	37.103,62	39.706,29
Gasto de Ventas	6.946,22	7.201,15	7.465,43	7.739,41	8.023,45
Gasto Financiero	912,80	559,91	355,74	130,53	0,00
Gasto Depreciación	936,18	745,01	559,91	355,74	130,53
TOTAL EGRESOS	38.092,36	40.965,11	43.074,00	45.329,30	47.860,26
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	5.832,51	7.049,13	9.020,41	11.116,55	13.222,68
(-) 15% Participación de Trabajadores	874,88	1.057,37	1.353,06	1.667,48	1.983,40
(=) UTILIDAD ANTES DE IR	4.957,63	5.991,76	7.667,35	9.449,07	11.239,28
(-) 0, 5, 10 y 12% Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	561,96
(=) GANANCIA O PÉRDIDA	4.957,63	5.991,76	7.667,35	9.449,07	10.677,32

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.7. Flujo de caja

Tabla N° 70. Flujo de caja

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operacional		4.957,63	5.991,76	7.667,35	9.449,07	10.677,32
Capital Propio	6.494,32					
Crédito	10.000,00					
(+) Recuperación de Venta de Activos				198,00		
(-) Reinversión Activo Fijo				2.206,10		
(+) Depreciaciones		936,18	745,01	559,91	355,74	130,53
(-) 15% de Trabajadores		874,88	1.057,37	1.353,06	1.667,48	1.983,40
(-) 0, 5, 10 y 12% Impuesto a la Renta		0,00	0,00	0,00	0,00	561,96
(+) Recuperación Venta de Activos						2.973,54
(+) Recuperación del Capital de Trabajo						5.387,32
TOTAL INVERSIÓN	16.494,32					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	16.494,32	5.018,94	5.679,39	4.866,10	8.137,33	16.623,34

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.8. Estado de situación financiera

Tabla N° 71. Estado de situación financiera

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Bancos	5.387,32	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	5.387,32	PASIVOS A LARGO PLAZO	
		Documentos por Pagar (Crédito)	10.000,00
		TOTAL ACTIVOS LARGO PLAZO	10.000,00
ACTIVOS TANGIBLES			
Muebles administrativos	1.540		
Equipos	2.262		
Equipo de Tecnológico	1.980		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	5.782,00	TOTAL PASIVOS	10.000,00
OTROS ACTIVOS		PATRIMONIO	
ACTIVOS INTANGIBLES		Capital Social	6.494,32
Gastos de Constitución	5.325,00		
TOTAL OTROS ACTIVOS	5.325,00	TOTAL PATRIMONIO	6.494,32
TOTAL ACTIVOS	16.494,32	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	16.494,32

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.9. Estudio financiero

5.9.1. Costo de oportunidad

Tabla N° 72. Costo de oportunidad

DESCRIPCIÓN	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Auto Sustentable	6.494,32	39,37%	7,33%	2,89%
Inversión Financiada	10.000,00	60,63%	9,85%	5,97%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	16.494,32	100,00%		8,86%

Fuente: Estudio económico financiero (Ver anexo N° 2)

Elaborado por: La Autora

Costo de Oportunidad=CK= 8,86%

Riesgo País=RP= 5,69

Costo de Oportunidad en tasa 0,0886

Riesgo País en tasa 0,0569

i= 0,1505

i= 15,0518

$$i = (1 + CK)(1 + Rp)$$

$$i = (1 + 0,0886)(1 + 0,0569)$$

$$i = (1,0886)(1,0569)$$

$$i = 0,1505 \times 100 = 15,05$$

El 15,05% representa un indicador para la tasa interna de retorno, la cual no debe ser menor, para que el proyecto sea realizable el proyecto.

5.9.2. Valor actual neto (VAN)

Tabla N° 73. Valor Actual Neto VAN

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento	Flujos Netos Actualizados
0	-16.494,32		
1	5.018,94	1,1505	4.362,33
2	5.679,39	1,3237	4.290,57
3	4.866,10	1,5229	3.195,22
4	8.137,33	1,7522	4.644,17
5	16.623,34	2,0159	8.246,15
ΣFNA			24.738,44

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

$$\text{VAN} = \Sigma \text{FNA} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = \$ 24.738,44 - \$ 16.494,32$$

$$\text{VAN} = \$ 8.244,11$$

El VAN es mayor a cero, ya que al invertir \$ 24.738,44 luego de proyectar los costos y gastos, y trayendo a tiempo presente de los 5 años proyectados se tendrá \$ 8.244,11.

5.9.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla N° 74. VAN Inferior

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento	Flujos Netos Actualizados
0	-16.494,32		
1	5.018,94	1,151	4.362,33
2	5.679,39	1,324	4.290,57
3	4.866,10	1,523	3.195,22
4	8.137,33	1,752	4.644,17
5	16.623,34	2,016	8.246,15
ΣFNA			24.738,44
VAN TASA INFERIOR			8.244,11

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 75. VAN Superior

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (30,50%)	Flujos Netos Actualizados
0	-16.494,32		
1	5.018,94	1,31	3.845,93
2	5.679,39	1,70	3.334,89
3	4.866,10	2,22	2.189,52
4	8.137,33	2,90	2.805,69
5	16.623,34	3,78	4.392,03
Σ FNA			16.568,06
VAN TASA SUPERIOR			-73,74

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 76. Datos para calcular la TIR

Tasa Inferior	0,1505
Tasa Superior	0,305
VAN Tasa Inferior	8.244,11
VAN Tasa Superior	-73,74
TIR	30,36%

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

$$TIR = Tasa inferior + (Tasa superior - Tasa inferior) \left[\frac{VAN TI}{VAN TI - VAN TS} \right]$$

$$TIR = 0,1505 + (0,305 - 0,1505) \left[\frac{\$ 8.244,11}{\$ 8.244,11 - (-\$ 73,74)} \right]$$

$$TIR = 0,3036 \times 100 = 30,36$$

La TIR es del 30,36 al ser mayor que la tasa del costo de oportunidad, se reafirma la factibilidad del proyecto.

5.9.4. Costo beneficio

Tabla N° 77. Costo beneficio

ΣFNA	24.738,44
INVERSIÓN	16.494,32
Beneficio - Costo	1,50

Fuente: Estudio económico financiero
Elaborado por: La Autora

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\Sigma \text{FNE Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\$ 24.738,44}{\$ 16.494,32}$$

$$\text{Costo Beneficio} = 1,50$$

Por cada dólar invertido el beneficio es de 1,50, por ende es rentable la empresa.

5.9.5. Relación ingresos egresos

Tabla N° 78. Relación ingresos egresos

AÑOS	Ingresos	Egresos	Tasa de Crecimiento	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
Año 1	71.416,58	65.584,07	1,1505	62.073,41	57.003,94
Año 2	77.441,98	70.392,86	1,3237	58.504,54	53.179,19
Año 3	83.912,60	74.892,19	1,5229	55.099,40	49.176,34
Año 4	90.858,75	79.742,20	1,7522	51.855,28	45.510,80
Año 5	98.312,72	85.090,04	2,0159	48.768,85	42.209,62
Σ Ingresos y Egresos Actualizados				276.301,48	247.079,89

Fuente: Estudio económico financiero
Elaborado por: La Autora

$$\text{Ingresos Egresos} = \frac{\Sigma \text{Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingresos Egresos} = \frac{\$ 276.301,48}{\$ 247.079,89}$$

$$\text{Ingresos Egresos} = \$1,12$$

Por cada dólar en costos y gastos se tendrá ingresos de 1,12 dólares.

5.9.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el instrumento que necesita la persona que está a cargo de la empresa y sirve para controlar las ventas o ingresos mínimos que se necesita para cubrir todos los gastos y tener un margen de utilidad procurando tener ventas constantes.

Tabla N° 79. Punto de equilibrio

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas	71.416,58	77.441,98	83.912,60	90.858,75	98.312,72
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	29.297,15	32.459,05	34.692,91	37.103,62	39.706,29
Gasto de Ventas	6.946,22	7.201,15	7.465,43	7.739,41	8.023,45
Gasto Financiero	912,80	559,91	355,74	130,53	0,00
Gasto Depreciación	936,18	745,01	559,91	355,74	130,53
TOTAL COSTOS FIJOS	38.092,36	40.965,11	43.074,00	45.329,30	47.860,26
COSTOS VARIALES					
Implementos de aseo	5.099,43	3.891,08	4.139,71	4.404,41	4.686,21
Servicios del veterinario y equipamiento del personal	3.051,01	3.092,05	3.205,52	3.323,17	3.445,13
Mano de Obra Directa	19.094,47	22.188,56	24.207,28	26.409,67	28.812,43
Costos Indirectos	246,80	256,06	265,67	275,65	286,01
TOTAL COSTOS VARIABLES	27.491,71	29.427,74	31.818,19	34.412,90	37.229,77
PUNTO DE EQUILIBRIO (Dólares)	61.933,61	66.072,47	69.382,71	72.964,86	77.030,87
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	1.959	2.016	2.042	2.071	2.109

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Punto de equilibrio en dólares

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}} \right)}$$

$$PE\$ = \frac{\$ 38.092,36}{1 - \left(\frac{\$ 27.491,71}{\$ 71.416,58} \right)}$$

$$PE\$ = \$ 61.933,61$$

Punto de equilibrio en unidades

$$PE\ U = \frac{PE\$}{\text{Ventas}}$$

$$PE\ U = \frac{\$ 61.933,61}{30,50}$$

.

$$PE\ U = 1.959$$

5.9.7. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla N° 80. Datos para calcular el periodo de recuperación

Año	Flujos de Efectivo Actualizados	Flujos Netos Actualizados
Año 1	4.362,33	
Año 2	4.290,57	8.652,90
Año 3	3.195,22	11.848,12
Año 4	4.644,17	16.492,29
Año 5	8.246,15	24.738,44

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

16.492,29		Σ 4 año	
16.494,32		Inversión	
		2,03	
8.246,15	12	687,18	al mes
2,03	687,18	0,003	0 Meses
0,003	30	0,089	1 Días

La inversión que se hizo al comienzo del proyecto se recupera en 4 años, 0 meses y 1 día.

CAPÍTULO VI

6. Estructura Organizacional de la Microempresa

Al establecer el respectivo concepto de microempresa y sus características, nos debemos enfocar en el análisis de su estructura para de esa manera dar coherencia de lo que estamos proponiendo.

6.1. Aspecto legal

La microempresa para poder desarrollar sus actividades y funciones correctamente debe conformarse legalmente como una Empresa Unipersonal, donde solo puede ser constituida por una sola persona, sus operaciones y de la misma el monto del capital que hubiere destinado para ello, por lo cual no se admitirán socios ni accionista, ya que su base legal no lo permitirá.

6.1.1. Características básicas:

Mediante una Empresa Unipersonal una persona natural o jurídica, podrá destinar sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil. Ésta no posee personería jurídica y el titular de la empresa responde por las obligaciones de la misma.

6.1.2. Responsabilidad:

Empresario unipersonal responde por las obligaciones sociales. Existe una identidad total entre la persona y la empresa, siendo la persona dueña de la empresa y de sus utilidades, la titularidad de la firma unipersonal no se puede transferir, pues deben cambiar de manos los activos y pasivos de la empresa.

6.2. Normativa tributaria

Para que la microempresa funcione adecuadamente debe obtener el RUC; y de esa manera pueda emitir y entregar comprobantes de venta por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

6.2.1. Registro único de contribuyentes

Los requisitos indispensables para obtener el RUC son los siguientes:

- Cédula del propietario
- Copia del certificado de votación
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica.
- Recibo de un servicio básico (luz eléctrica, agua, teléfono).

6.2.2. Patente municipal

Para iniciar la actividad económica es obligatorio obtener los permisos municipales, los cuales se deben adquirir hasta después de treinta días de haber iniciado las actividades, la cual se debe actualizar al iniciar cada año.

Los requisitos son:

- Recibo del último pago del impuesto predial de la ubicación de la planta.
- Copia del RUC.
- Documentos personales básicos del propietario.

6.2.2.1. Certificado de uso de suelo

6.2.3. Permiso sanitario de funcionamiento

El permiso sanitario de funcionamiento es importante para iniciar las actividades ya que abaliza la higiene y responsabilidad sanitaria que posee la microempresa.

Los requerimientos son los siguientes:

- Cédula
- Fotografías tamaño carne
- Examen Médico realizado en la unidad de salud de la ciudad.
- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios, para su adecuado funcionamiento.
- Informe final
- Permiso de funcionamiento

6.2.3.1. Certificados de salud para propietario y trabajadores

Es necesario que luego de legalizar a la microempresa, los trabajadores serán revisados por el personal del Centro de Salud de la ciudad de Ibarra.

6.2.4. Permiso de bomberos

Ayuda para el funcionamiento de los centros comerciales, locales de comida, pequeños negocios, industrias, centros de tolerancia, bares y discotecas, entre otros, luego de haber realizado la inspección debida, garantizando el funcionamiento, verificando todas las medidas de seguridad.

Los requisitos son:

- Solicitud de inspección
- Extintor de 10 litros PQS
- Conexiones eléctricas adecuadas
- Señales de emergencia
- Luces de emergencia
- Detector de Humo

6.3. Nombre de la empresa

La microempresa que se propone tiene la finalidad de ofrecer servicios personalizados para las mascotas, en la ciudad de Ibarra, y se la identificará como Microempresa de servicios “Burbujitas Caninas”, ya que este fue el nombre que la población selecciono mediante la aplicación de las encuestas.



Elaborado por: La Autora

6.3.1. Misión

La microempresa “BURBUJITAS CANINAS” es una entidad dedicada a la prestación de servicios para mascotas, que a través de un

servicio oportuno, eficiente e innovador pretende satisfacer todas las necesidades de una mascota y su dueño; además cuenta con un personal capacitado con valores morales y éticos, que contribuyen al progreso de la entidad.

6.3.2. Visión

“BURBUJITAS CANINAS”, en el 2020 será una microempresa líder en la prestación de servicios para mascotas, en la ciudad de Ibarra, que gracias a la calidad del servicio prestado, la responsabilidad y honestidad, tendrá una gran ventaja competitiva mediante la cual podrá expandirse a nivel nacional ayudando así al desarrollo del país.

6.4. Valores

- Éticos

Nuestros trabajadores siempre poseerán el compromiso humano y moral en las actividades que efectúen dentro de la microempresa.

- Lealtad

Nuestros empleados trabajan bajo el compromiso de cumplir con los valores y objetivos que posee la empresa demostrando fidelidad.

- Responsabilidad

Al asignar el lugar de trabajo a cada uno de los miembros que laboren en la microempresa se estará cumpliendo con cada una de las funciones que se les otorgué ayudando de esta manera al progreso de la organización proporcionando así satisfacción a nuestros clientes.

- Honestidad

Lo que buscamos es que los empleados tengan sinceridad y la coherencia en las acciones que realicen en la microempresa ya que el propósito es hacer un solo equipo.

6.5. Objetivos

- Brindar servicios innovadores y de calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.
- Establecer precios cómodos al alcance del poder adquisitivo de los consumidores, basándonos en los precios de nuestros competidores.
- Operar con seriedad, eficacia, y eficiencia en cada uno de los servicios para cumplir adecuadamente los compromisos organizacionales.
- Mantener clientes a largo plazo que garanticen a la empresa una rentabilidad estable y un largo tiempo en el mercado.
- Generar fuentes de trabajo para mejorar la calidad de vida de quienes contribuyan en la microempresa.
- Apoyar campañas contra el maltrato, esterilización y adopción animal promovidas por las autoridades municipales y organizaciones vigentes en la ciudad.

6.6. Políticas empresariales

Ayudan a cumplir con los propósitos para lo cual está orientada la microempresa.

- Fomentar el respeto, la transparencia, la oportunidad, la pertinencia, la veracidad y el diálogo entre trabajadores para de esa manera generar un ambiente de trabajo agradable que garantiza tener una adecuada relación con los miembros.

- Se pedirá a los dueños de los perros que traigan el alimento para dar de comer a sus mascotas, según a la dieta que ellos le proporcionen.
- Establecer normas de calidad que ayuden a generar un Sistema de Gestión de Calidad adecuado a los servicios que se están prestando y de esa manera generar procesos de mejora continua para la microempresa.
- Implementar nuevos servicios que ayuden al mejoramiento de los que ya existen, para brindar un mejor servicio y poder ser reconocidos por el constante mejoramiento.
- Proporcionar información verídica y acorde a la situación actual en la que se encuentra la microempresa para tomar soluciones oportunas y también medir los objetivos propuestos.
- Cumplir con la estabilidad laboral y emocional del trabajador de acuerdo con lo impuesto por la ley para lograr una estabilidad adecuada y confortable.
- Vigilar por la seguridad física y social de cada uno de los empleados, mediante la aplicación correcta de las leyes de contratación del Código de Trabajo vigente.
- Participar en campañas que proporcionen las organizaciones de protección animal.
- Cumplir con las leyes de protección animal que se encuentran vigentes.

6.7. Estructura orgánica

La estructura orgánica de la empresa está comprendida entre cuatro personas las que son el Gerente, operarios y contador que son personas que estarán constantemente en la empresa y un veterinario que será contratado por medio de la modalidad de servicios profesionales ya que este es un servicio adicional que se lo brindará ya que se lo realizará más

por seguridad de la mascota que acuda a nuestras instalaciones; los cuales ayudarán al desarrollo adecuado de la organización.

6.7.1. Niveles de la organización

Nivel directivo

Está conformado por la gerente de la empresa el mismo que es el inversionista.

Asesor

En este nivel se va a tener el veterinario, para dar atención a los perros que ingresen por el servicio el mismo que será contratado por sus servicios profesionales.

Auxiliar

Es el contador/a que se hará cargo del área de contabilidad.

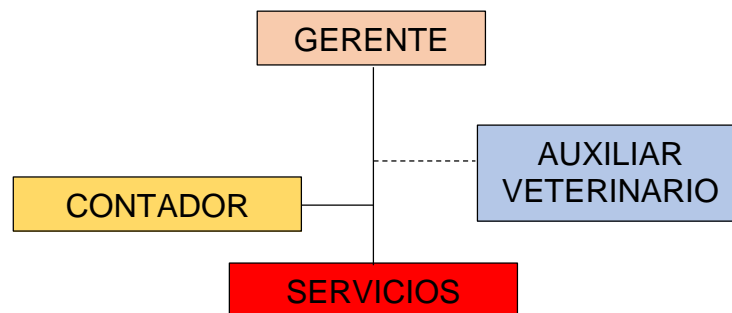
Operativo

Son todas las personas que están directamente relacionadas con el giro del negocio, las mismas que serán tres.

6.7.2. Organigrama estructural de la empresa “Burbujitas Caninas”

La asignación de las funciones va de acuerdo al nivel jerárquico que la empresa requiere, estableciendo de esta manera el desempeño en las actividades a realizar

Ilustración N° 21. Organigrama Estructural de la Empresa



Elaborado por: La Autora, 2015

6.7.3. Políticas por cada área

Administración:

- ✓ Realizar capacitaciones continuas a los trabajadores en base a una planificación preestablecida.
- ✓ Vincular a los trabajadores en la toma de decisiones, para mejorar las relaciones interlaborales del negocio.
- ✓ Dar las facilidades del caso, para que el personal alcance sus metas personales y rindan de mejor manera en el trabajo.

Área contable:

- ✓ Se pagará a los trabajadores de forma quincenal y mensual.
- ✓ Se pagará a los proveedores al final del mes.
- ✓ Se pagará a los trabajadores al final del mes por medio de las instituciones financieras.
- ✓ Presentar a los estados financieros al gerente propietario en el tiempo y lugar oportuno.
- ✓ Asesoría de toma de decisiones por medio de los instrumentos y herramientas contables vigentes.

Área de servicios:

- ✓ Capacitaciones constantemente del personal.
- ✓ Proteger a los animales que estén a su cargo.
- ✓ Realizar trabajo de campo, para escoger el perro que va a estar cuidado de la microempresa.
- ✓ Llevar un control del inventario de los recursos materiales que utilizan.
- ✓ Avisar al departamento de contabilidad, las necesidades que tienen.
- ✓ Avisar al departamento de contabilidad, las necesidades que tienen.

6.7.4. Descripción de puestos y funciones

- GERENTE – PROPIETARIO

Microempresa “BURBUJAS CANINAS”
AREA: EJECUTIVO CARGO: GERENTE SUPERVISA: ADMINISTRACIÓN
PERFIL PROFESIONAL: <ul style="list-style-type: none">✓ Título de tercer nivel en Ingeniería en Contabilidad superior y auditoría.✓ Menos de 1 año de experiencia laboral en el área administrativa.✓ Conocimientos técnicos específicos, niveles de dirección, estrategias, dirección entre otros
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">✓ Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la microempresa.✓ Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos.✓ Dirigir la contabilidad velando porque se cumplan las normas legales que las regulan.✓ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se estén llevando correctamente.✓ Ejecutar las demás funciones legales.
Competencias <ul style="list-style-type: none">✓ Buena comunicación✓ Ser Responsable✓ Capaz de dirigir a su personal✓ Tomar Buenas decisiones

- CONTADOR

Microempresa “BURBUJAS CANINAS”
AREA: ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS CARGO: CONTADOR
PERFIL PROFESIONAL: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de tercer nivel en Ingeniería en Contabilidad y Auditoría – CPA ✓ Mínimo 2 años de experiencia laborar en el área contable ✓ Conocimientos técnicos, tributarios, legales
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar las competencias al cargo asignado. ✓ Diseñar, seleccionar y utilizar técnicas y procedimientos apropiados para solucionar problemas contables. ✓ Dirigir la contabilidad velando porque se cumplan las normas legales vigentes. ✓ Responsable de emitir opiniones independientes respecto de los Estados Financieros, de acuerdo a normas y principios profesionales vigentes. ✓ Cobrar a los clientes por los servicios que se presta.
Competencias: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser responsable ✓ Ser leal ✓ Capaz de llevar un control adecuado de dinero ✓ Poseer dinamismo

- OPERARIO 1

Microempresa “BURBUJAS CANINAS ”
AREA: ÁREA DEL SERVICIO CARGO: Operario principal
PERFIL TÉCNICO: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Título en Estética y Peluquería canina (No obligatorio) ✓ Sin experiencia en el ramo. ✓ Capacidad para llevar a cabo el trabajo con los recursos existentes y que le guste los perros.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibir los perros y llenar las fichas de ingreso. ✓ Proporcionar información a los clientes. ✓ Supervisar el área de trabajo. ✓ Revisar adecuadamente los materiales a utilizar. ✓ Proporcionar ayuda adecuada a la mascota. ✓ Cortar y bañar a la mascota como lo requiere el cliente. ✓ Conocimiento de Normas de Seguridad e Higiene vigentes.
Competencias: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidad de atención ✓ Buena comunicación con los perros ✓ Proteger a la mascota ✓ Capaz de tomar decisiones

- AUXILIAR 2

Microempresa “BURBUJAS CANINAS ”
AREA: ÁREA DEL SERVICIO CARGO: AUXILIAR
PERFIL PROFESIONAL: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Título en Estética y Peluquería canina ✓ Mínimo 1 años o sin experiencia en cortes y baños de mascotas en todas las razas. ✓ Capacidad para recibir órdenes y cumplirlas
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender adecuadamente a la mascota. ✓ Mantener el orden e higiene en el lugar de trabajo ✓ Cortar y bañar a la mascota como lo requirió en cliente ✓ Asear la área de trabajo una vez terminado el proceso
Competencias: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Buena comunicación ✓ Ser responsable ✓ Ejecutar adecuadamente su trabajo

- VETERINARIO

Microempresa “BURBUJAS CANINAS ”	
AREA: ASESOR EXTERNO	
CARGO: VETERINARIO	
PERFIL PROFESIONAL: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Título En veterinaria ✓ Mínimo 1 años o sin experiencia 	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicar sus conocimientos en el cuidado de una mascota ✓ Atender adecuadamente a la mascota. ✓ Mantener el orden e higiene en el lugar de trabajo ✓ Disponibilidad de tiempo 	
Competencias: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Buena comunicación ✓ Ser responsable ✓ Ejecutar adecuadamente su trabajo ✓ Cuidar de una mascota 	

CAPÍTULO VII

7. Evaluación de Impactos

En el presente capítulo se analizará los posibles impactos que representan aspectos positivos y negativos existentes en la investigación realizada en el proyecto, para lo cual he destacado los siguientes: socioeconómico, ambiental, comercial y empresarial.

Para establecer un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una matriz de valoración, elemento con el cual analizaremos individualmente a cada impacto para después establecer un análisis general como se muestra a continuación; en la matriz se señala una valoración -3 a 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

Tabla N° 81. Matriz de Valoración

VALORACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Sumatoria total

NIVEL DE IMPACTO = -----

Número de indicadores

Al establecer los niveles de Impactos a cada indicador, se continúa con la sumatoria de los valores, esta valoración se la realiza en base a una medida ponderada que nos mostrará si el resultado es positivo o negativo.

7.1. Impacto socioeconómico

Tabla N° 82. Matriz de Impacto Socioeconómico

Indicadores	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	Total
• Aumento de Empleo					X			1
• Aumento de ingresos a proveedores						X		2
• Ingresos Fiscales					X			1
TOTAL					2	2		4

EVALUACIÓN:

Σ INDICADORES / NÚMERO

$$4/3=1,33$$

El resultado del Impacto Socioeconómico equivale a 1.33 lo cual tendrá un Impacto bajo positivo.

ANÁLISIS:

Mediante la creación de está microempresa de Servicios para Mascotas en la ciudad de Ibarra se obtendrá como principales beneficios de este impacto lo siguiente:

Aumento de empleo, porque el proyecto contratará a personas ayudando de esta manera a dar estabilidad a un número pequeño de personas, por lo que se lo considera un impacto bajo positivo, también mejorará los ingresos de los proveedores de materiales necesarios para la microempresa. Se proporcionará un ingreso fiscal ya que la microempresa genera impuestos que beneficiarán a los habitantes de la ciudad; por lo tanto estos impactos están avaluando la realidad de los beneficios que genera el proyecto.

7.2. Impacto ambiental

Tabla N° 83. MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
• Utilización de agua potable			X					-1
• Manejo de desinfectantes			X					-1
• Control, de plagas en los perros					X			1
TOTAL			-2		1			-1

EVALUACIÓN:

Σ INDICADORES / NÚMERO

$$-1/3 = -0.33$$

El resultado del Impacto Ambiental equivale a -0.33 lo cual tendrá un Impacto bajo Negativo.

ANÁLISIS:

En el proyecto se considera la utilización de agua potable ya que se proporcionara el servicio de peluquería, generando así una falencia en el medio ambiente ya que se estará utilizando el líquido vital, también al utilizar desinfectantes se genera contaminación, pero se los considera negativo bajo ya que se implementara norma de uso y utilización de dichos implementos; al implementar el proyecto también se está considerando la concientización ciudadana ya que se proporcionará estos servicios a mascotas que se encuentren en la calle para luego buscarles un hogar, el control de plagas en los perros, considerándolo un impacto bajo positivo ya que estamos dando ejemplo de responsabilidad y protección a otras personas.

7.3. Impacto comercial

Tabla N° 84. Matriz de Impacto Comercial

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
• Microempresa innovadora							X	3
• Servicio directo con el cliente						X		2
• Servicios para perros callejeros					X			1
TOTAL					1	2	3	6

EVALUACIÓN:

Σ INDICADORES / NÚMERO

$$6/3 = 2$$

El resultado del Impacto Comercial equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

Se considera un indicador a la microempresa innovadora debido al servicio nuevo que se implementará en BURBUJITAS CANINAS el cual es el servicio de guardería el mismo que no existe en la ciudad y se lo establece como una oferta diferenciadora de la competencia, se lo considera como servicio directo ya que no requiere de intermediarios para que una mascota se a tendida, en la microempresa también se proporciona un servicio de protección que ayuda a erradicar a las mascotas abandonas que existe en la ciudad.

7.4. Impacto educativo

Tabla N° 85. Matriz de Impacto Educativo

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
• Concientización de tenencia de perros						X		2
• Información de la cantidad de perros						X		2
• Fuente de Investigación					X			1
TOTAL					1	4		5

EVALUACIÓN:

Σ INDICADORES / NÚMERO

$$5/3= 1.67$$

El resultado del Impacto Educativo equivale a 1.67 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

Al implementar este proyecto tenemos un impacto de concientización de tenencia de perros, ya que existe una despreocupación alarmante de la población en el manejo y cuidado de estos seres; también se está recopilando información sobre la cantidad de perros que tiene la ciudad de Ibarra, aspectos utilizados en el proyecto como es: saber cuántas familias poseen gustos por cuidar a una mascotas caninas en la ciudad, la cantidad que tiene cada núcleo familiar y el total de perros que tiene la urbe ibarreña, se lo puede considerar como una fuente de información debido a que se está proporcionando datos estadísticos que ayudan a otras para buscar nuevos mercados o mejorar la propuesta planteada.

7.5. Matriz general de impactos

Tabla N° 86. Matriz General de Impactos

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
• Socioeconómico					X			1
• Ambiental			X					-1
• Comercial						X		2
• Educativo						X		2
TOTAL			-1		1	4		4

EVALUACIÓN = \sum IMPACTOS/ números

$$4/ 4 = 1$$

ANÁLISIS:

Al analizar cada uno de los impactos que se presentan en el proyecto nos damos cuenta que son impactos bajos positivos lo cual nos indica que al poner en ejecución la microempresa nos ayudarán a buscar alternativas de mejora constante que ayude que el proyecto tenga un mejor beneficio para la población a la cual nos estamos dirigiendo, y también nos muestra cuales son los principales impactos a los cuales debemos de implementar normas de uso y de mejora para dar un mejor servicio sin perjudicar a nadie y ser una microempresa que genere beneficios pensando siempre en el bienestar de tercera personas.

Conclusiones

- Al aplicar el diagnóstico podemos concluir que existe una gran apertura para la microempresa ya que no hay una competencia personalizada para los servicios que se está ofreciendo, además la ciudad de Ibarra posee una economía no muy baja por lo que a sus habitantes les permite acceder a comprar una mascota y cuidarla.
- Luego de realizar la investigación teórica concluimos que es una información básica para enriquecer los conocimientos que requiere identificar el proyecto.
- Mediante el estudio de mercado se determina que si existe aceptación del servicio, al hablar de una guardería se puede decir que es algo novedoso y nuevo para la ciudadanía, además se está fortaleciendo las campañas de adopción mediante la implementación de una área que ayuda a los caninos callejeros, por lo que es un proyecto con misión social.
- El estudio técnico determina que el lugar donde se realizará la apertura de la microempresa es adecuado, cuenta con todos los servicios básicos y está al alcance de los potenciales cliente.
- La evaluación financiera determina en todos sus indicadores que es factible realizarlo, lo que permitirá cubrir la inversión inicial la cual está reflejada en los índices de evaluación financiera como: el costo de oportunidad, VAN, TIR, C/B, entre otros, estableciendo la recuperación de la inversión en menos del quinto año.
- La microempresa está constituida como unipersonal lo que permite organizarla y controlarla bajo una sola persona, haciendo más fácil la toma de decisiones que ayuden a la mejora de la misma
- El impacto general determina que es bajo positivo, lo cual indica no poseer aspectos de relevancia negativa que puedan poner en peligro el proyecto, otorgando así alternativas de empleo para las personas de la ciudad y generar un mejor estilo de vida para las mascotas caninas.

Recomendaciones:

- Aprovechar el mercado que no está siendo atendido y generar de esta manera alternativas de cuidado que requiera la mascota según la necesidad del cliente.
- Desarrollar conceptos propios basados en el aspecto teórico que permita reforzar e interpretar los distintos campos que se están utilizando en el proyecto.
- Poner en marcha la microempresa, es un mercado que permite darnos a conocer mediante los servicios que se ofrece y además existe una demanda insatisfecha que se la puede captar.
- Instalar el proyecto en el lugar establecido debido a que cumple con los requerimientos del mismo y de los clientes como son accesibilidad, servicios básicos y afluencia de personas.
- Ejecutar el proyecto ya que sus indicadores son rentables y permite generar beneficios para las personas involucradas en este estudio.
- Establecer parámetros y reglamentos que permita tener una microempresa estable y con personal idóneo que ayude a crecer y dar buenos servicios a los clientes.
- Recomendando minimizar los impactos negativos encontrados y mantener los impactos positivos y estudiar adecuadamente los impactos que se podría generar el proyecto a través de la implementación, dando así la creación de planes para los impactos negativos que se encuentren.

Bibliografía

1. Domingo S. (2013). *Comunicación rentable en marketing: seis pasos en la era de las redes sociales*. Buenos Aires Argentina: MarCom.
2. Grande E. (2012). *Marketing de los servicios de Ildefonso*. Madrid España: ESIC.
3. Guajardo G. y Andrade N. (2014). *Contabilidad financiera*. México: MC Graw Hill.
4. Hernández S. y Polido A. (19 de Febrero de 2011). *Fundamentos de Gestión Empresarial*. México: Mc Graw Hill. Obtenido de <http://www.slideshare.net/guestc1276f/microempresas-232483>
5. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010).
6. Jan van Bon y otros. (2012). *Operación del servicio basada en ITIL V3 Guía de gestión edición 3*. Holanda: Van Haren Publishing.
7. La Constitución del a República del Ecuador . (2008). Montecristi.
8. Morales J. (31 de Marzo de 2013). Fascículo 2. Imbabura Diario del Norte. *Imbabura por Cantones*, pág. 2.
9. Pacheco J. (2013). *Contabilidad Financiera con Excel*. México.
10. Pérez V. (2010). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Ideas propias.
11. Plan Nacional del Buen Vivir. (2013 - 2017).
12. Rache B. y Blanco G. (2011). *Microeconomía. Ideas fundamentales y talleres de aplicación*. Colombia: Politécnico Colombiano.
13. SÁNCHEZ C. (2010). *Crianza, Razas y entrenamiento de perros de*. Lima Perú: Imbalibros.
14. Sarmientos R. (2010). *S.A CONTABILIDAD DE COSTOS* (Segunda edición ed.). Quito: Impresos Andinos.
15. Valdivieso M. (2013). *Contabilidad general*. Quito Ecuador: Escobar.
16. Vilaseca D. (2014). *Innovación y marketing de servicio en la era digital*. Madrid España: ESIC.

Lincografía

1. Alfaro S. (12 de Julio de 2013). Recuperado el 5 de Abril de 2015, de <https://prezi.com/go1axzdepj1e/definicion-de-peluqueria-canina/>
2. contenido.bce.fin.ec. (Marzo de 2015). Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de <http://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
3. Cordero K. (4 de Marzo de 2011). Recuperado el 5 de Abril de 2015, de <http://es.slideshare.net/Joselin18/guarderias-para-perros>
4. De Dios J. (28 de Noviembre de 2014). Obtenido de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>
5. Fédération Cynologique Internationale. (28 de Noviembre de 2014). Obtenido de <http://www.todoperro.es/razas/>
6. Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra. (13 de Marzo de 2012). La ordenanza municipal de tenencia y manejo responsable de animales. Obtenido en la página http://www.pae.ec/descargas/legislacion/OrdenanzaTenenciaResponsable_Ibarra.pdf
7. http://en.wikipedia.org/wiki/Imbabura_Province. (2015). Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de http://en.wikipedia.org/wiki/Imbabura_Province
8. http://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1366&bih=667&tbm=isch&sa=1&q=+guarderia+canina&oq=+guarderia+canina&gs_l=img.3..0l8j0i7i30l2.72393.72393.0.72723.1.1.0.0.0.0.190.190.0j1.1.0.msedr...0...1c.1.64.img..0.1.189.spDH_Y94aWU#imgdii=kfKoK5-o-hlda. (2015). Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1366&bih=667&tbm=isch&sa=1&q=+guarderia+canina&oq=+guarderia+canina&gs_l=img.3..0l8j0i7i30l2.72393.72393.0.72723.1.1.0.0.0.0.190.190.0j1.1.0.msedr...0...1c.1.64.img..0.1.189.spDH_Y94aWU#imgdii=kfKoK5-o-hlda

9. <http://www.planificacion.gob.ec/3-niveles-administrativos-de-planificacion/>. (2015). Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de <http://www.planificacion.gob.ec/3-niveles-administrativos-de-planificacion/>
10. <http://www.viajandox.com/imbabura/ibarra-canton.htm>. (2015). Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de <http://www.viajandox.com/imbabura/ibarra-canton.htm>
11. <https://www.google.com.ec/maps/@0.3620528,-78.1251848,5201m/data=!3m1!1e3>. (2015). Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de <https://www.google.com.ec/maps/@0.3620528,-78.1251848,5201m/data=!3m1!1e3>
12. https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1366&bih=667&tbm=isch&sa=1&q=alimetos+de+peros&oq=alimetos+de+peros&gs_l=img.3...66082.73840.0.74618.17.17.0.0.0.0.221.2026.0j8j3.11.0.msedr...0...1c.1.64.img..10.7.1341.rqb9J5S8ZtU. (2015). Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1366&bih=667&tbm=isch&sa=1&q=alimetos+de+peros&oq=alimetos+de+peros&gs_l=img.3...66082.73840.0.74618.17.17.0.0.0.0.221.2026.0j8j3.11.0.msedr...0...1c.1.64.img..10.7.1341.rqb9J5S8ZtU
13. https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1366&bih=667&tbm=isch&sa=1&q=cortes+exoticos+de+mascotas&oq=cortes+exoticos+de+mascotas&gs_l=img.3...76388.80106.0.80395.14.14.0.0.0.1.226.1798.0j8j2.10.0.msedr...0...1c.1.64.img..12.2.386.arLaE-lAz4w. (2015). Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1366&bih=667&tbm=isch&sa=1&q=cortes+exoticos+de+mascotas&oq=cortes+exoticos+de+mascotas&gs_l=img.3...76388.80106.0.80395.14.14.0.0.0.1.226.1798.0j8j2.10.0.msedr...0...1c.1.64.img..12.2.386.arLaE-lAz4w
14. Montenegro F. (28 de Junio de 2014). Obtenido de <http://www.slideshare.net/guestc1276f/microempresas-232483>

15. Muñiz R. (28 de Noviembre de 2014). Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercado-23.htm>
16. Roshan y Benji. (28 de Noviembre de 2014). Obtenido de <http://roshanybenji.wordpress.com/2007/06/12/que-significa-adoptar-una-mascota/>
17. Switzerland V. (28 de Noviembre de 2014). Obtenido de http://www.foyel.com/paginas/2009/12/1073/alimentos_balanceados_o_piensos_para_perros_y_gatos/#sthash.bygoYzBQ.dpuf
18. Thompson I. (2012). Recuperado el 5 de Abril de 2015, de <http://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-distribucion.html>
19. www.cepal.org/comercio. (19 de Febrero de 2014). Obtenido de http://www.cepal.org/comercio/noticias/noticias/2/38052/1_Wilfrido.pdf
20. www.cfn.fin.ec. (Marzo de 2015). Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de <http://www.cfn.fin.ec/images/stories/TASASMARZO.pdf>
21. www.comunidadandina.org. (19 de Febrero de 2014). Obtenido de <https://www.comunidadandina.org/camtandinos/CRAE%2520III/Documents/INFORME%2520MICROEMPRESA%2520ECUADOR>
22. www.google.com.ec. (20 de Enero de 2015). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Laguna+Mall/@0.3494246,-78.125978,349m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x0000000000000000:0xf8767d4a46ef70dc>
23. www.ibarra.gob.ec. (20 de Febrero de 2014). Obtenido de <http://www.ibarra.gob.ec/web/>

A N E X O S

Anexo 1. Entrevista a un profesional

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACAE
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Objetivo: Determinar la opinión profesional de una autoridad competente al tema.

Entrevista dirigida al Consejo Cantonal de Salud de Ibarra, de la ciudad de Ibarra

1. En promedio ¿Cuántas mascotas puede tener una familia en la ciudad de Ibarra?
2. ¿Tiene conocimiento usted de alguna microempresa que de servicios para mascotas?
3. ¿En general cual es la situación real de una mascota en la ciudad de Ibarra?
4. ¿Cómo el Ministerio del Ambiente ayuda a este tipo de negocios para mejorar el bienestar de una mascota?
5. ¿Cree usted que la sociedad ibarreña podría atender más a su mascota si se le presta un servicio a domicilio?
6. ¿Existe áreas geográficas para este tipo de empresa?
7. Hay algún impedimento legal o normativo para crear una microempresa de servicio para mascotas.

8. ¿Qué campañas de cuidado y rescate de mascotas se están implementando en la ciudad?
9. ¿Cómo cree que la microempresa se una a sus campañas?
10. ¿Cómo cree usted que se pueda mejorar la calidad del servicio para las mascotas?

Anexo 2. Tasas de interés activa



PROGRAMAS PRIMER PISO TASA 1 PUNTO - AF

SEGMENTO: PYMES

TODOS LOS SECTORES CLIENTES A Y B CALIFICACIÓN/PLAZO (HASTA)	0 - 1	1-2	3-5	6	7-10
TASA BASE DE REAJUSTE	5.31%	5.31%	5.31%	5.31%	5.31%
TASA ANUAL	8.7500%	9.5000%	9.8500%	10.1500%	10.6500%
NOMINAL SEMESTRAL	8.5665%	9.2845%	9.6187%	9.9047%	10.3806%
NOMINAL TRIMESTRAL	8.4767%	9.1792%	9.5058%	9.7851%	10.2493%
NOMINAL MENSUAL	8.4175%	9.1098%	9.4314%	9.7063%	10.1630%

LA TASA BASE PARA REAJUSTE ES LA TASA PASIVA REFERENCIAL Y TIENE VIGENCIA MENSUAL

Fuente: (www.cfn.fin.ec, 2015)

Anexo 3. Tasa pasiva

Tasas Referenciales	% anual
Plazo 121-180	5.65
Plazo 181-360	6.30
Plazo 361 y más	7.33

Fuente: (contenido.bce.fin.ec, 2015)

Anexo 4. Tasa efectiva máxima

Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.83
Consumo	16.30
Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	30.50

Fuente: (contenido.bce.fin.ec, 2015)

Anexo 5. Ficha de registro

		Mascotas, con burbujitas de amor!!! 	
Nombre del Propietario:			
Numero de mascotas que posee:			
Dirección:			
Teléfono:			
Fecha:			
Nombre de la mascota:		Color:	
Edad:		Raza:	
Sexo:		Peso:	
Nombre del Veterinario:			
Dirección:			
Teléfono:			
Observaciones:			
Servicios a adquirir:			
Peluquería: <input type="checkbox"/>		Guardería <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/>	
Peluquería:		Guardería	
Tipo de Corte:		Horario:	
Tintes:		Días de cuidado:	
Baños:		Tipo de alimentación:	
Costo:		Tipo de cama:	
Observaciones:		Costos:	
		Observaciones:	
Próximas citas:			

Anexo 6. Fichas de adopción

		<p>Mascotas, con burbujitas de amor!!!</p> 	
Nombre del Propietario:			
Numero de mascotas que posee:			
Dirección:			
Teléfono:			
Fecha:			
Nombre de la mascota:		Color:	
Edad:		Días de cuidado:	
Sexo:		Peso:	
Nombre del Veterinario:			
Dirección:			
Teléfono:			
Observaciones:			
Mascota a adoptar:			
Mestizas: <input type="checkbox"/> nanas <input type="checkbox"/> ueñas M <input type="checkbox"/> nas Gra <input type="checkbox"/> Gigan <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
Tratamiento realizado:			
Recomendaciones:			

Anexo 7. Ficha de observación para determinar la Competencia

Anexo 8. Ficha de observación del local Skylaky

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la oferta existente en el mercado.		
Observación	Nombre del Local:	SKYLAKY
	Dirección:	Bartolomé Gracia y Teodoro Gómez
	Servicios:	Peluquería Venta de accesorios Venta de Desinfectantes de mascotas
	Servicio de Guardería:	No
	Clientes:	Peluquería de 30 a 35 mensuales con servicio a domicilio

Anexo 9. Ficha de observación del local Mundo Canino

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la oferta existente en el mercado.		
Observación	Nombre del Local:	Mundo Canino
	Dirección:	Atahualpa 17-44 y Carlos Emilio Grjalva
	Servicios:	Venta de accesorios Venta de Alimento
	Servicio de Guardería:	No
	Clientes:	No sabía exactamente pero cree ente unos 20 al mes en alimento y compra de accesorios de 10 a 15 personas.

Anexo 10. Ficha de observación del local Mundo Animal

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la oferta existente en el mercado.		
Observación	Nombre del Local:	Mundo Animal
	Dirección:	Sánchez Cifuentes
	Servicios:	Peluquería Venta de accesorios Venta de mascotas Venta de alimento
	Servicio de Guardería:	No
	Clientes:	Peluquería: de 15 a 20 personas Venta de accesorios: de 8 a 12 personas Venta de mascotas: de 5 a 10 personas Venta de alimento: 10 personas

Anexo 11. Ficha de observación del local Pet Shop Picapiedra

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la oferta existente en el mercado.		
Observación	Nombre del Local:	Pet Shop Picapiedra
	Dirección:	Teodoro Gómez de la Torre y Antonio Cordero esquina
	Servicios:	Peluquería Venta de accesorios Compra-Venta de mascotas
	Servicio de Guardería:	No
	Clientes:	No me proporcionaron la información

Anexo 12. Ficha de observación del local Fashion Canes

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la oferta existente en el mercado.		
Observación	Nombre del Local:	Fashon Canes
	Dirección:	Fray Vacas Galindo Junto al Gran aki
	Servicios:	Peluquería canina y felina
	Servicio de Guardería:	No
	Clientes:	Peluquería de 15 a 20 mensuales Precio: Con baño 20,00 Sin baño 15,00

Anexo 13. Ficha de observación del local Perro Manía

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la oferta existente en el mercado.		
Observación	Nombre del Local:	Perro Man
	Dirección:	Teodoro Gómez y Juan de Salinas
	Servicios:	Peluquería Venta de accesorios Venta de mascotas Venta de acuarios Venta de ropa Paseos a mascotas
	Servicio de Guardería:	No
	Clientes:	Peluquería de 18 a 25 mensuales con costo de 12,00 a 15,00

Anexo 14. Ficha de observación del local Guau

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la oferta existente en el mercado.		
Observación	Nombre del Local:	Guau
	Dirección:	Abelardo Moncayo y Juan J Flores 3-41
	Servicios:	Peluquería canina y felina
	Servicio de Guardería:	No
	Clientes:	Peluquería de 8 a 25 al mes Precio 15.00 con baño

Anexo 15. Venta de perros

Anexo 16. Ficha de observación del local Skylaky

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	25 Febrero 2015	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la cantidad de perritos a la venta según su raza.		
Observación	Nombre del Local:	SKYLAKY
	Dirección:	Bartolomé Gracia y Teodoro Gómez
	Cantidad	No venden perros ayudan a la adopción
	Raza:	

Anexo 17. Ficha de observación del local Mundo Canino

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la cantidad de perritos a la venta según su raza.		
Observación	Nombre del Local:	Mundo Canino
	Dirección:	Atahualpa 17-44 y Carlos Emilio Grjalva
	Cantidad	Al mes bajo pedido 2 a 5 perritos
	Raza	Snauzer, catellanos, salchichas

Anexo 18. Ficha de observación del local Mundo Animal

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la cantidad de perritos a la venta según su raza.		
Observación	Nombre del Local:	Mundo Animal
	Dirección:	Sánchez Cifuentes
	Cantidad	Al mes 10 a 15 perritos
	Raza	Sanucer, coquer, pastor alemán, o lo que el cliente pida.

Anexo 19. Ficha de observación del local Pet Shop Picapiedra

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la cantidad de perritos a la venta según su raza.		
Observación	Nombre del Local:	Pet Shop Picapiedra
	Dirección:	Teodoro Gómez de la Torre y Antonio Cordero esquina
	Cantidad	Al mes 10 a 15 perritos
	Raza	Según la necesidad del cliente pero más salen los de raza pequeña.

Anexo 20. Ficha de observación del local Fashion Canes

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la cantidad de perritos a la venta según su raza.		
Observación	Nombre del Local:	Fashion Canes
	Dirección:	Fray Vacas Galindo Junto al Gran aki
	Cantidad	No vende se dedica ayudar a buscar hogares a los perros callejeros
	Raza	

Anexo 21. Ficha de observación del local Perro Manía


FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la oferta existente en el mercado.		
Observación	Nombre del Local:	Perro Manía
	Dirección:	Teodoro Gómez y Juan de Salinas
	Cantidad	10 a 15 según la demanda
	Raza	Se venden los de raza pequeña y mediana poco las razas grandes.

Anexo 22. Ficha de observación del local Guau


FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	17 Diciembre 2014	
Lugar	Ibarra	
Se investiga los locales de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, para poder determinar la cantidad de perritos a la venta según su raza.		
Observación	Nombre del Local:	Guau
	Dirección:	Abelardo Moncayo y Juan J Flores 3-41
	Cantidad	No vendes pero desean ayudar a la adopción de mascotas.
	Raza	

Anexo 23. Ficha de observación precios propiedad, planta y equipo

Anexo 24. Muebles archivador

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	JBL-MODULARES
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (Quito).
	Precio:	\$ 80,00
	Objeto	Archivador
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none"> - Madera melaminico de 15 mm - Puerta metálica con cerradura - 90 cm de ancho

Anexo 25. Silla contador

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochangea	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	OSCARALESSI
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (Quito).
	Precio:	\$ 45,00
	Objeto	Silla Contador
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de regulación neumática de altura. - Sistema semi basculante. - Asiento y Espaldar de poliuretano semirrígido tapizado en tela. - Espaldar tapizado en MALLA. - 5 puntas, ruedas de nylon. - Ajuste de Tension. - Esponja de alta densidad. - Apoyo Lumbar mediante diseño del espaldar. - Agil desplazamiento de las ruedas

Anexo 26. Sillas

[illegible]





LINEA NUEVA
mobiliario cia. lda.

más de **20 años** de experiencia **Garantizada**

Somos fabricantes

Estaciones de Trabajo - Sillas - Counters - Divisiones Modulares



Sillones - Anaqueles y Archivadores - Salas de Espera



Escritorios Gerenciales - Salas de Reuniones - Escritorios



Closets - Sillas Ergonómicas - Mesas de Reuniones - Libreros

Exhibición y Ventas:
 Pedro Moncayo y Olmedo esquina
Telfs: 2953-400 / 2611-107

Fábrica y Sala de Exhibición:
 Juan Montalvo 6-59 y Oviedo
Telf: 2612-791




e-mail: lineanuevamobiliario@gmail.com
www.lineanuevamobiliario.com


Anexo 27. Modular

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	JBL-MODULARES
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (Quito).
	Precio:	\$ 220,00
	Objeto	Escritorio
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none">- Tablero de madera de 25 cm de espesor filo cubierto- 150cm de frente x 150cm de fondo x 60cm de profundidad- Cajonera metálica de dos servicios para hojas y suministros de oficina y un cajon para carpetas colgates- Dos bases, ovalo y faldón en pintura eléctrica

Anexo 28. Mesa de peluquería

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	Superman 12010
	Dirección:	Riobamba
	Precio:	\$ 200,00
	Objeto	Mesa de Peluquería
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none"> - Mesa para peluquería canina usada. En perfectas condiciones. - Fabricada en acero inoxidable.


Anexo 29. Tina de baño

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	Superman 12010
	Dirección:	Riobamba
	Precio:	\$ 350,00
	Objeto	Tina de Baño
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none"> - Mesa para peluquería canina usada. En perfectas condiciones. - Fabricada en acero inoxidable.

Anexo 30. Mesa de Recepción de mascotas

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de	los insumos y maquinaria para la microempresa.	
Observación	Nombre del Local:	Superman 12010
	Dirección:	Riobamba
	Precio:	\$ 132,00
	Objeto	Mesa de Recepción de mascotas
	Grafico	
	Datos Técnicos	- Mesa de acero inoxidable con cubrimiento de cuero

Anexo 31. Equipo de cómputo



Contribuyente Especial mediante Resolución No. 535 del 29 de diciembre de 2005

SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS
COMPUSSINES Cía. Ltda.
 ESTABLECIMIENTO 001: IBARRA - ECUADOR
 Mármol, Azuay y Fin Vaca Galindo
 Teléfono: 255-5212
 MATRIZ: ESTABLECIMIENTO 002: Quito - Ecuador
 El Ejido - Av. 10 de Agosto N10-95 Esq. y Río de Janeiro
 Teléfonos: 250-1594/56 • Fax: 254-42-62 • Cel. 099235051

RUC.: 1791774582001
 Aut. SRI: 1114044753
 Fecha de Caducidad: 16/Diciembre/2014

FACTURA COMERCIAL NEGOCIABLE
 SERIE 031-001 **Nº 0001214**

Fecha: 03-10-2014
 Cliente: GARCIA AVENDAÑO JEFFERSON MARCELO
 Dirección: MOJANDA 9-60 CUNRRO

Vendedor: RUIZ RUIZ HUGO TARQUINO
 R.U.C./C.I.: 1003229364
 Telefono : 2580485

Cant.	Código	Descripción	P.Unitario	P.Total
1	CPU-SMC-DC-W8	DC 2,6GHZ/4GB/1TB/DVDRW/BIOSTAR/LXC/W8	862.46	862.46
1	LIC-KAS-INT	LICENCIA ANTIVIRUS KASPERSKY ANTIMALWARE	43.18	43.18
1	MVL-HP-1515	MULTIFUNCION IMP/COP/SCA/20PPM/BLANCA HP	79.72	79.72
1	OPS-POI-CPU	OPSQUIO/CDB/HEA/CAM/PAD/GAME/FLASH 4GB	32.10	32.10
1	TEC-GEN-KB-110X-PS2	TECLADO GENIUS PS2 KB-110X	12.18	12.18
1	MES-OME-OD-210BK	MESA ESCRITORIO ACERO/MADERA OMEGA 210/WE	41.87	41.87
1	MON-SAM-19C150FS	MONITOR SAMSUNG 19" LED 19C150FS	160.53	160.53

NOVECIENTOS SESENTA Y CINCO CON 96/100 DOLARES

Descuento:	369.58
Subtotal:	862.46
I.V.A. 12%:	103.50
Total:	965.96

PAGO A CREDITO

Declaro que he(mos) recibido los bienes descritos en esta factura comercial negociable a entera satisfacción.

Entregué Conforme

Recibí Conforme

Debo(mos) y pagaré(mos) incondicionalmente a _____ días vista, en el lugar que se me(nos) reconveniga, a la orden del emisor de esta factura, la suma de USD _____ (números) (letras) y además pagaré(mos) el interés del _____ % anual, calculado desde la fecha de vencimiento hasta el pago total de la obligación, así como todos los gastos judiciales, extrajudiciales y honorarios profesionales que demanden el cobro de esta factura negociable. Sin protesto. Exímese de su presentación para el pago y aviso por falta del mismo. El pago no podrá hacerse por partes ni aún por mí(nuestros) herederos o sucesores. Me(nos) someto(mos) a la jurisdicción y competencia de los jueces de lo civil de esta ciudad y al trámite del juicio ejecutivo, o verbal sumario a elección del acreedor.

Autorizo transferir o entregar información referente a tal comportamiento de crédito a buros de información crediticia o autoridades competentes, para fines de evaluación de crédito.

Autorizo (amos) expresar e inmovilizarme a SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS CIA. LTDA., para que obtenga cuantas veces sean necesarias, de cualquier fuente de información, inclusive los buros de crédito, mi información de riesgos crediticios, de igual forma, SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS CIA. LTDA., queda expresamente autorizado para que pueda transferir o entregar dicha información a los buros de crédito y a la Central de Riesgos.

COMPROBANTE DE RETENCIÓN: ART. 50 LIT. I. SE DEBE ENTREGAR COMPROBANTE DE RETENCIÓN DENTRO DE 5 DÍAS DE RECIBIDO EL COMPROBANTE DE VENTA.

PASADA LA FECHA DE VENCIMIENTO, PROCEDEREMOS A COBRAR EL 2% MENSUAL POR MORA.

Una vez salida la mercadería NO se aceptan devoluciones.

En _____ hoy _____ de _____ de 201____


Firma Aceptante o Delegado

Nombre: _____ C.I.: _____

CRESCO AMAY JORGE ENRIQUE • G.J.C.I. • TEL: 255 6895 • R.U.C. 1707591135001 AUT. SRI: 1228 • DEL 01001 AL 02000 • FECHA DE AUTORIZACIÓN: 16/DICIEMBRE/2013

ORIGINAL: CLIENTE / COPIA AMARILLA: EMISOR / COPIA CELESTE: CONTABILIDAD SIN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO

Anexo 32. Caja Registradora

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de	los insumos y maquinaria para la microempresa.	
Observación	Nombre del Local:	Oscaralessi
	Dirección:	Quito Pichincha
	Precio:	\$ 380,00
	Objeto	Caja Registradora
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none">- Lector escáner manual de código de Barras- Funciones de menú fácil de aprender y usar- Terminales de tarjeta de crédito enlazado directamente a la registradora- Impresoras separadas para recibo y registros diarios- El precio no incluye programación.- Le damos el contacto con el técnico programador.- Caja Registradora: Alfa-Numerica con Lector de Codigo de Barras.- Capacidad:(PLU: 7,000, Deptos: 99, Cajeros: 40).- Impresión:(Termica 2 Rollos, 12 lps, 30caract. Logo, Encabezado y pie).- Medios de Pago:(Cash, Cheque, 2 Tarjetas).- Pantalla:(Operador 8L.x16D, Cliente 1L.x7D).- Conectividad: (2 RS-232, Ranura de Memoria SD, Software PC-Link de Sharp).- Gabeta:(Reforzada 5B / 6monedas).- Otros:(Color Negro, Idioma Español, 59 Teclas resaltadas, Acceso de Cajeros y Administrador por PIN).- SAT:(SI hasta 999,999 facturas), OPCIONAL: Terminal FTP (p/Cobro x Tarjeta), Memoria SD

Anexo 33. Juegos de cepillos

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	MASCOTA MODA, GRACIA ELIZABETH36, MEGASTORE-EC, PROYECTOMASCOTA
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (La Floresta). y Guayaquil - Guayas
	Precio:	\$ 60,75
	Objeto	Juegos de cepillos (Cepillo Guante masajeador, Cepillo Trinche o Rastrillo, Cepillo para perros doble uso, Cepillo de cerdas doble cara wahl para perros raza grande, Rastrillos para perros, Cepillo Slicker Cardador con mango en plástico, Cepillo lavable ergonómico , Cepillo doble función desenreda y limpia, Cepillo desmotador desenredador , Coat King de 9 cuchillas, Peinilla trimmer corta pelo para perros)
	Grafico	
	Datos Técnicos	- Estos productos son los mas óptimos para los perros..


Anexo 34. Collares y correas de mascotas

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	Moraleswilliam16
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha
	Precio:	\$ 10,00
	Objeto	Collares y correas de mascotas
	Grafico	
	Datos Técnicos	- Para todas las razas y son resistentes


Anexo 35. Sopladora Secadora Profesional Peluquería Canina

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	Veterinarllanogrande
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha.
	Precio:	\$ 250,00
	Objeto	Sopladora Secadora Profesional Peluquería Canina
	Grafico	
	Datos Técnicos	- sopladora secadora profesional peluquería canina

Anexo 36. Juego de limpieza

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochocha	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	MASCOTA MODA, Megatore-EC
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (La Floresta). Y Guayaquil-Guayas.
	Precio:	\$ 40,00
	Objeto	Juego de limpieza (Cortaúñas tipo guillotina para peluquería canina, Tijeras para peluquería canina, Tijeras entresacadoras peluquería canina uso profesional, Kit corta uñas y lima wahl para perros, Cepillo dedal de dientes para perros y gatos)
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none">- Funciona en todo tipo de perros y gatos. Producto de óptima calidad, resiste un uso prolongado.- Estas tijeras de 5.5 pulgadas le permiten dar ese detalle final. Pulir patas, arreglar cejas y bigotes, redondear faldones, redondear cola, etc.- Hojas resistentes, de acero inoxidable proporcionan resultados precisos de recorte en las uñas de su perro.- Cierre de liberación del dedo ayuda a asegurar la inocuidad del producto.- Asidero seguro para mejor precisión, control y comodidad.- Suaviza los bordes ásperos en las uñas de su animal- La higiene dental regular evita decenas de problemas en nuestras mascotas


Anexo 37. Shampoo mascotas perros y gatos marca DG

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	Distribuidoragarcia2 Productos de Limpieza
	Dirección:	Ubicado en Guayaquil
	Precio:	\$ 22,00
	Objeto	Shampoo mascotas perros y gatos marca DG
	Grafico	
	Datos Técnicos	- Shampoo tradicional anti-pulgas. Es un producto antiséptico 100 % orgánico, recomendado para mascotas. Elimina problemas de piel causados por hongos y bacterias, así como para la desinfección y cicatrización de heridas, virus. Y proporciona un agradable aroma a su mascota

Anexo 38. Máquina para cortar el pelo

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de	los insumos y maquinaria para la microempresa.	
Observación	Nombre del Local:	CONTACTOPRODUCTOS
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (Quito).
	Precio:	\$85,00
	Objeto	Máquina para cortar el pelo
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none">- Más potencia para cortes y recortes más sencillos y veloces potencia superior en un diseño compacto- Extremadamente potente, pero compacta- Motor que no requiere mantenimiento- Diseño ergonómico para realizar con comodidad cortes preciso

Anexo 39. Toallas profesionales ultra absorción

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	MASCOTAMODA
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (La Floresta).
	Precio:	\$16,00
	Objeto	Toallas profesionales ultra absorción
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none">- Seque su puerro en más de un 90% en solo minutos y con una sola toalla.- Protege el pelo de su perro, no lo arranca y evita la generación de bacterias por humedad.- Cada toalla mide 64cm x 43cm, esto equivale a tener más de 10 toallas tradicionales.- Usada por profesionales de grooming y peluquería canina comercial en el mundo entero, es la herramienta que más agiliza el trabajo y que permite ahorra gastos en personal y en secado de toallas.


Anexo 40. Platos con dispensador

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	MASCOTAMODA
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (La Floresta).
	Precio:	\$11,00
	Objeto	Platos con dispensador
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none">- Fabricado en plastico de óptima calidad y en colores variados.- Sus medidas en centímetros son largo 32 ancho 32 alto y 20 de fondo.- Funciona para perros de cualquier tamaño.

Anexo 41. Cubre bocas

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	COMERCIALHIJOSDELUZBENDICIONES
	Dirección:	Ubicado en Guayaquil, Guayas
	Precio:	\$16,50
	Objeto	Cubre bocas
	Grafico	
Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none"> - Material: Polyester - Color: Blanco - Largo: 13.00 cm - Alto: 18.00 cm - Ancho: 13.50 cm - Peso: 240.00 gr - Piezas: 20 	

Anexo 42. Guantes

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	DYMO COMERCIAL
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (Quito
	Precio:	\$3,00
	Objeto	Guantes
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none"> - Recubierto de espuma de nitrilo palma y dedos, forro de nylon tejido sin costuras - Nitrilo Negro - Revestimiento gris - TALLAS: XS - XL - Aplicaciones de fabricación y montaje que se requiere la abrasión, corte y punción resistencia

Anexo 43. Delantal

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	ARTURORUIZ723
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (Quito).
	Precio:	\$7,00
	Objeto	Delantal
	Grafico	
	Datos Técnicos	- Elaboración 100% de calidad

Anexo 44. Botas de caucho

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	CAV160
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (Quito)
	Precio:	\$8,00
	Objeto	Botas de caucho
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none">- Hecho con caucho de alta resistencia.- 100% impermeables.- Ideal para caminar en condiciones extremas de agua y lodo.- Tallas: # 39 (25 cm tamaño interno de la bota) al # 40 (26 cm tamaño interno de la bota)

Anexo 45. Equipo de aseo (escobas, Trapeador, basurero, recogedor)

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	Mercado Amazonas
	Dirección:	
	Precio:	\$22,00
	Objeto	Equipo de aseo (escobas, Trapeador, basurero, recogedor)
	Grafico	
	Datos Técnicos	- Son de materiales consistente y acorde a su necesidad.

Anexo 46. Materiales de aseo (Detergente, Desinfectante, Cloro)

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	DISTRIBUIDORAGARCIA2.
	Dirección:	Ubicado en Guayaquil, Guayas
	Precio:	\$98,00
	Objeto	Materiales de aseo (Detergente, Desinfectante, Cloro)
	Grafico	
	Datos Técnicos	<p>- Acción concentrada, basta de disoluciones para obtener buenos resultados. Limpia, desinfecta y desodoriza en una sola operación. De uso fácil y sencillo. Obtiene ambientes saludables y fragantes. Económico.</p>

Anexo 47. Lavadora

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de	los insumos y maquinaria para la microempresa.	
Observación	Nombre del Local:	OSCARALESSI
	Dirección:	Ubicado en Quito, Pichincha (Quito).
	Precio:	\$480,00
	Objeto	Lavadora
	Grafico	
	Datos Técnicos	<ul style="list-style-type: none">- 100 % AUTOMATICA.- MEDIDAS: 69CM X 72CM X 112CM.- PANTALLA LED.- PANEL DE CONTROL DIGITAL.- PRODUCTO 100% SEGURO PARA NIÑOS.- AHORRO DE ENERGIA.- LAVADORA DE 33 LIBRAS / 15 KILOS DE CARGA.- FILTROS ATRAPA PELUSAS.- 6 PROGRAMAS: Normal, Rápido, Centrifugado, Jeans, Seda, Antiarrugas.- OPCIONES: Control nivele de agua, Control temperatura de agua.- Lavado, Enjuague, Rinse y Centrifugado.- GARANTIA DE UN AÑO EN CENTROS AUTORIZADOS MIDEA. <p>La garantía de este producto es conforme a la legislación vigente.</p>

Anexo 48. Juego de papelería (Perforadora, papelerera, grapadora)

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	Papelera Geovany's
	Dirección:	El Priorato
	Precio:	\$21,00
	Objeto	Juego de papelería (Perforadora, papelerera, grapadora)
	Grafico	
	Datos Técnicos	- Son de alta calidad y con garantía

Anexo 49. Camas cunas

FICHA DE OBSERVACION		
Nombre:	Gabriela Guanochanga	
Fecha	12 Enero 2015	
Lugar	Ibarra	
Establecimiento	Mercado Libre Ecuador	
Identificación de los insumos y maquinaria para la microempresa.		
Observación	Nombre del Local:	Todo paea su mascota BRITANY
	Dirección:	Quito Barrio San Juan
	Precio:	\$21,50
	Objeto	Camas cunas
	Grafico	
	Datos Técnicos	Calidad garantizada para su mascota.

Anexo 50. Ordenanza para la tenencia de perros

EL NORTE Domingo 24 de junio de 2012 www.elnorte.ec **NOTA DEL DÍA** 7

ORDENANZA | El Municipio de Ibarra regulariza y controla la tenencia y manejo responsable de animales

Los animales también tienen derechos que deben ser respetados

Diego Pineda
periodista@elnorte.ec

IBARRA. En el cantón ya se oficializó en el Registro del Municipio, la Ordenanza de Tenencia y Manejo Responsable de Animales, la cual busca medidas de regulación y protección para fijar las normas básicas de control y las obligaciones que tienen los propietarios de los animales.

OBJETIVOS. Está el evitar accidentes por mordeduras, promover la higiene pública, evitar la transmisión de enfermedades zoonóticas, etc.

También regular la comercialización indiscriminada, promover el control de la reproducción, fomentar la educación humanitaria, bienestar animal y establecer las condiciones para el manejo de animales silvestres y exóticos.

Desde el Municipio. Según el concejal de Ibarra Oscar Caicedo, la ordenanza nació por un pedido de los ciudadanos que dicen estar indignados por el maltrato que mucha gente realiza a los animales.

Desde hace más de un año, el Municipio de Ibarra en colaboración con Protección Animal del Ecuador, PAE, trabajan conjuntamente para regular y controlar la tenencia y manejo de animales y sobre todo, concienciar a los propietarios sobre el

Micaela López junto a sus hermosos cachorros, ayer en la avenida Camilo Ponce de Ibarra.

Hasta ayer se realizó la venta normal de las mascotas en la avenida Camilo Ponce. Foto: Eduardo Celi

El pedido de quienes comercializan mascotas. Victor Mejía, tesoro de la pre-asociación de venta de mascotas 26 de Febrero, dijo que ellos continúan haciendo los trámites para que su actividad se

la pueda realizar en otro sitio, diferente a la avenida Camilo Ponce, adyacente al exaeropuerto, lugar donde comercializan sus mascotas desde hace ya seis años.

"Pedimos la reubicación pero el señor comisario municipal Patricio Ochoa no quiere dar oídos y tampoco nos quiere permitir vender aquí, es más nos dijo que nos va a desalojar", dijo Mejía.

El dirigente dijo que los perros que ellos comercia-

lizan todos tienen las vacunas respectivas.

Otra opinión. Elizabeth López, suplente del PAE capítulo Imbabura mira con positivismo la labor municipal, "trabajamos en control de sobrepoblación animal y es difícil su vigilancia cuando hay personas que se dedican a la reproducción indiscriminada del 60% de los animales en las calles tienen dueño", también se trata de regular la tenencia responsable y que esos animales permanezcan

en sus casas", afirmó.

Sanciones. Las multas para quienes incumplan la ordenanza municipal van desde el 5% al 20% del salario básico legal mensual.

Por lo general los cachorros que salen a la venta son los de dos meses de edad.

VOCES

OSCAR CAICEDO
CONCEJAL IBARRA
"La ordenanza ya está en el registro oficial número 11 de la Gaceta Oficial y están delegados dos inspectores".

ELIZABETH LÓPEZ
PAE IMBABURA
"Esperamos que con esta ley las personas tomen conciencia para tener una ciudad amigable con sus habitantes".

www.elnorte.ec

Anexo 51. Paquete del teléfono

Plan Móvil DATOS+VOZ

ACTIVA EL NUEVO
PLAN MÓVIL CNT
Y RECIBE:

REDES SOCIALES
ILIMITADAS PARA SIEMPRE

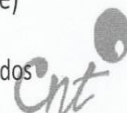
BONOS DE
+ 10.000 MEGAS

CÓDIGO	PLAN POSPAGO CONTROLADO	CBM sin IVA	CBM con IVA	MEGAS	BONO MB POR 5 MESES	REDES SOCIALES ILIMITADAS	MINUTOS	SMS	RED
2691	PAQ CTR D+V 500MB	\$ 9,99	\$11.19	500	-	WHATSAPP Y FACEBOOK	0 MIN	0	4G/3G
2692	PAQ CTR D+V 1000MB	\$ 19,99	\$22.39	1000	2000	WHATSAPP Y FACEBOOK	25 MIN	300	4G/3G
2703	PAQ CTR D+V 2000MB	\$ 29,99	\$33.59	2000	2000	WHATSAPP Y FACEBOOK	100 MIN	ILIMITADO	4G/3G
2704	PAQ CTR D+V 3000MB	\$ 39,99	\$44.79	3000	2000	WHATSAPP Y FACEBOOK	120 MIN	ILIMITADO	4G/3G
2705	PAQ CTR D+V 5000MB	\$ 54,99	\$61.59	5000	2000	WHATSAPP Y FACEBOOK	130 MIN	ILIMITADO	4G/3G
2706	PAQ CTR D+V 9000MB	\$ 99,99	\$111.99	9000	2000	WHATSAPP Y FACEBOOK	160 MIN	ILIMITADO	4G/3G

300361 PLAN CONTROLADO DATOS+VOZ 1 (Plan \$9,99 y \$19,99)

300362 PLAN CONTROLADO DATOS+VOZ 2 (Plan \$29,99 en adelante)

NOTA: Planes disponibles para activación en teléfonos 3G, 3.5G, HSPA+ y LTE adquiridos en CNT o aportados por el cliente. Planes aplican para portabilidad numérica.



Anexo 52. Encuesta del estudio de mercado



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA: Contabilidad y Auditoría

Objetivo: La finalidad de esta encuesta es obtener información acerca de los servicios que ofrecen los establecimientos de cuidado de mascotas y la aceptación de la microempresa en la ciudad de Ibarra.

Instrucciones:

- La información obtenida será utilizada estrictamente para estructurar el trabajo de tesis.
- Mucho agradeceré se sirva responder a todos los Ítems, marcando una X donde usted considere necesario.

CUESTIONARIO

1. ¿Cuántos perros tiene usted en casa?

1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 ()

2. ¿Qué raza de mascota posee usted?

Mestiza () Enano () Pequeña () Mediana () Grande () Gigante ()

3. ¿Usted utiliza o conoce los centros de cuidado de mascotas?

SI () NO ()

4. ¿Cuántos centros de cuidado de mascotas conoce?

De 1 a 3 () De 4 a 6 () De 7 a 9 ()

5. ¿Con qué frecuencia acude a los almacenes de servicios para mascotas?

Una vez en semana () Cada quince día () Cada mes ()

6. ¿Cómo calificaría usted los servicios de mascotas prestados por los centros existentes?

Muy Bueno () Bueno () Regular () Malo ()

7. ¿Los almacenes de servicios para mascotas ofrecen precios razonables por sus servicios?

SI () NO ()

8. ¿Cuánto dinero al mes destina al cuidado de su mascota?

\$-10 () \$10-30 () \$31-60 ()

9. ¿Cuáles de los siguientes servicios le gustaría que preste la microempresa?

Peluquería	()
Guardería	()
Boutique	()
Veterinaria	()
Adiestramiento	()
Alimentación	()
Venta	()
Todos	()

10. ¿Estaría dispuesto a acudir a una microempresa de servicios para perros que brinden todos los servicios?

SI () NO ()

11. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se dé a conocer la microempresa?

Radio () Televisión () Prensa () Hojas Volantes () Internet ()

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de peluquería para su mascota?

\$8-10 () \$11-20 () \$21-30 () \$31-40 () \$41-50 () \$51-60 ()

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de guardería para su mascota?

Una vez a la semana \$20 ()
Dos veces a la semana \$35 ()
Tres veces a la semana \$45 ()
Cuatro veces a la semana \$60 ()

14. ¿Le gustaría que la microempresa ofrezca promociones en sus servicios?

SI () NO ()

15. ¿Cuál de los siguientes nombres le gustaría para la microempresa?

Mundo canino () Estrellas Caninas () Burbujitas Caninas ()

Datos Técnicos

Edad: 18-26 () 27-35 () 36-44 () 45-53 () 54-62 () 63-69 ()

Género: M () F ()

Ocupación: Comerciante () Empleado Público ()
Empleado Privado () Estudiante ()
Ama de Casa ()

Gracias por su colaboración

Anexo 53. Proforma de adecuaciones

DECORAMAX

Todo para una mejor estadía...

Dirección: Carchi, San Gabriel

Teléf.: 2291621 Cel.: 0998375530

Propietario: Jefferson Avendaño

CLIENTE: <u>Gabriela Guanochanga</u>	28 de Abril del 2015
DIRECCION: <u>Ibarra</u>	FECHA: _____
<u>1003073432</u>	TELEF: <u>0989425347</u>
RUC: _____	

PROFORMA DE TRABAJO

Para determinar el costo de las divisiones de los diferentes departamentos en el local se toma en cuenta:

Aluminio: Color Blanco.
Vidrio: Claro de 6mm.
MDF o madera: Color Madera de 6mm.

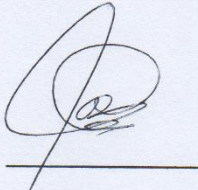
Esto tiene un costo de 3000,00 dólares.

En lo que respecta a las adecuaciones de instalaciones internas tiene un valor de 500,00 dólares.

En muebles internos como recepción, mueble de emergencias, anaqueles de alimentos, bodega y materiales de aseo tiene un costo de 1000,00 dólares.

Remodelación del interior como pintar las paredes con los colores distintivos del negocio cuesta 500,00 dólares.

Todo esto suma el total de 5000,00.



Propietario

Jefferson Avendaño

Anexo 54. Encuesta del diagnóstico



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA: Contabilidad y Auditoría

Objetivo: La finalidad de esta encuesta es obtener información acerca de los gustos y preferencias que poseen las personas para el cuidado de una mascota canina en la ciudad de Ibarra.

Instrucciones:

- La información obtenida será utilizada estrictamente para estructurar el trabajo de tesis.
- Mucho agradeceré se sirva responder a todos los Ítems, marcando una X donde usted considere necesario.

CUESTIONARIO

a) Posee usted algún hábito de cuidado para su perro.

SI () NO ()

b) En su familia tienen gusto por cuidar a una mascota canina.

SI () NO ()

c) En su familia existió mascotas anteriormente

SI () NO ()

d) ¿Destina usted dinero al cuidado de su mascota?

SI () NO ()

e) Estaría dispuesto a llevar a su perro a una microempresa que proporcione servicios de cuidado de peluquería y guardería

SI () NO ()

Gracias por su colaboración